

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
д. е. н., професор Козак Ю. Г.

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2020 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття

освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»

за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини»

на тему:

**«Стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності  
агрофірми (на прикладі ТОВ «Агропрайм Холдинг»)»**

**Виконавець:**

студент ЦЗВФН, гр. бзф7

Бачур Віталій Володимирович \_\_\_\_\_

*(підпис)*

**Науковий керівник:** професор

Єрмакова Ольга Анатоліївна \_\_\_\_\_

*(підпис)*

**Одеса - 2020**

## АНОТАЦІЯ

Бачур В.В., «Стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми (на прикладі ТОВ «Агропрайм Холдинг»)»,  
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра  
зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»  
за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини»  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є процес розробки та реалізації стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

У роботі розглянуті сутність та особливості формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми, визначені основні етапи формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми; з'ясовані методичні підходи до визначення типу стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми.

Здійснений аналіз міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг», обґрунтований тип стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг», розкриті чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, що визначають успішність стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».

Розроблені напрями удосконалення стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю ТОВ «Агропрайм Холдинг», з'ясовані можливості посилення інноваційної складової у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг», досліджені можливості впровадження заходів соціальної відповідальності як чинника підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».

**Ключові слова:** стратегія, міжнародна конкурентоспроможність, агрофірма, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, аналіз, удосконалення стратегічне управління, інновації, соціальна відповідальність.

## ANNOTATION

Bachur V.V. «Strategies to increase the international competitiveness of the agricultural firm (on the example of LLC "Agroprime Holding")»,  
qualification work for a master's degree  
in specialty 292 "International Economic Relations"  
under the educational and professional program "International Economic Relations"  
Odessa National Economic University  
Odessa, 2020

The master's qualification work consists of three sections. The object of research is the process of developing and implementing a strategy to increase the international competitiveness of the enterprise.

The essence and features of formation of strategy of increase of the international competitiveness of agrofirma are considered in work, the basic stages of formation of strategy of increase of international competitiveness of agrofirma are defined; methodical approaches to determining the type of strategy to increase the international competitiveness of the agricultural firm are clarified.

The analysis of the international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» is carried out, the type of strategy of increase of international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» is substantiated, the factors of internal and external environment determining success of strategy of increase of international competitiveness of LLC «Agroprime Hold» are revealed.

Areas for improving the strategic management of international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» have been developed, opportunities for strengthening the innovative component in ensuring international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» have been clarified, opportunities for implementing social responsibility measures as a factor in increasing international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» have been studied.

**Key words:** strategy, international competitiveness, agricultural firm, internal environment, external environment, analysis, improvement of strategic management, innovations, social responsibility.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРОФІРМИ .....	7
1.1. Сутність та особливості формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми .....	7
1.2. Основні етапи формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми .....	16
1.3. Методичні підходи до визначення типу стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми.....	25
Висновки до розділу 1 .....	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «АГРОПРАЙМ ХОЛДИНГ».....	34
2.1. Аналіз міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг» .....	34
2.2. Визначення типу стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».....	46
2.3. Чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, що визначають успішність стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг» .....	54
Висновки до розділу 2 .....	62
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «АГРОПРАЙМ ХОЛДИНГ».....	63
3.1. Удосконалення стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю ТОВ «Агропрайм Холдинг» .....	63
3.2. Посилення інноваційної складової у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».....	74
3.3. Впровадження заходів соціальної відповідальності як чинник підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг» .....	85
Висновки до розділу 3 .....	93
ВИСНОВКИ.....	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	100
ДОДАТКИ.....	109

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Проблема конкурентоспроможності носить універсальний, всесвітній характер. Нині вона зачіпає практично всі країни світу, всіх товаровиробників. В умовах наростаючого впливу на національні економіки науково-технічної революції, інтеграційних процесів, поширення конкуренції на нові сфери суспільно корисної діяльності і придбання нею все більш гострого характеру, конкурентоспроможність стала всесвітнім явищем.

В сучасних економічних умовах діяльність кожного господарського суб'єкта є предметом уваги широкого кола учасників ринкових відносин, зацікавлених в результатах його функціонування. У зв'язку з цим, актуальність конкурентоспроможності агрофірм очевидна: для того, щоб забезпечувати виживання підприємства в сучасних умовах, управлінському персоналу необхідно, перш за все, вміти реально оцінювати фінансовий стан, як свого підприємства, так і існуючих потенційних конкурентів. Відомо, що рівень конкурентоспроможності визначається великим числом факторів, відповідно, можуть бути виділені і різні напрямки в рішенні цієї задачі.

Конкуренція - це цивілізована і легалізована форма боротьби суб'єктів ринку, за найкращі умови виробництва і збуту своєї продукції, з метою отримання прибутку. Забезпечення конкурентоспроможності об'єктивно є основною стратегічним завданням будь-якого підприємства.

Таким чином, актуальність даної теми обґрунтовується необхідністю оперативного і ефективного застосування інструментів конкурентоспроможності, а також управління ними на сучасному підприємстві.

Слід зазначити, що питання конкурентоспроможності підприємства досліджувалося багатьма вченими. Питання обґрунтування існування та теоретичного дослідження конкурентостійкості підприємства, конкурентоспроможності, конкурентного статусу, конкурентною позицією та іншими основними поняттями теорії конкуренції розглядалися в працях І.В. Булах, В.Л. Диканя, С.В. Захарової, М.О. Кизима, Ю.А. Сімах, О.М. Тридіда,

В.В. Чернеги, М.В. Черної та ін. Водночас проблема стратегії конкурентоспроможності безпосередньо агрофірм залишається менш дослідженою.

**Мета і завдання кваліфікаційної роботи.** Головною метою роботи є дослідження стану реалізації прийнятої стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми (на прикладі ТОВ «Агропрайм Холдинг» та визначення напрямів її покращення.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- 1) дослідити сутність та особливості формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми;
- 2) визначити основні етапи формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми;
- 3) з'ясувати методичні підходи до визначення типу стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми;
- 4) здійснити аналіз міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»;
- 5) визначити тип стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»;
- 6) розкрити чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, що визначають успішність стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»;
- 7) визначити напрями удосконалення стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю ТОВ «Агропрайм Холдинг»;
- 8) з'ясувати можливості посилення інноваційної складової у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»;
- 9) розглянути можливості впровадження заходів соціальної відповідальності як чинник підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».

**Об'єктом дослідження** в роботі є процес розробки та реалізації стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

**Предметом дослідження** виступає стратегія підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми на прикладі ТОВ «Агропрайм Холдинг».

**Методи дослідження.** В процесі дослідження використано систему методів, направлену на досягнення поставленої мети та завдань, яка включає наступні: аналіз та синтез використано для з'ясування сутності та особливості формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми; системно-структурний метод застосовано до визначення основних етапів формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми; дедукції та індукції застосовано до визначення методичних підходів до визначення типу стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми; вертикального та горизонтального аналізу, коефіцієнтний, SWOT-аналіз та SPACE-аналіз застосовано до аналізу міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»; прогностичний метод використано при виявленні напрямків вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм холдинг»; таблично-графічний метод використано при оформленні результатів дослідження.

**Інформаційна база дослідження.** Інформаційно-довідковою базою слугували наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, періодична література, нормативно-правові акти України, матеріали наукових конференцій, різноманітні електронні ресурси, а також фінансові звітність ТОВ «Агропрайм холдинг».

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 112 сторінок.

## ВИСНОВКИ

На підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Під стратегією пропонуємо розуміти довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації, що стосується сфери, засобів і форми її діяльності, системи взаємин усередині організації, а також позиції організації в навколишньому середовищі, що приводить організацію до досягнення поставлених цілей. Під стратегією конкурентоспроможності підприємства пропонуємо розуміти комплекс заходів відносно усього виробничо-господарського комплексу для забезпечення переваг над підприємствами-конкурентами. Вона направлена на формування та підтримання конкурентних переваг, посилення конкурентоздатності, формування механізму реагування на зміни середовища, об'єднання стратегічних дій основних функціональних підрозділів. За умови виходу підприємства на зовнішній ринок має формуватися міжнародна стратегія конкурентоспроможності, яка для сільськогосподарських підприємств має свою специфіку, що пов'язана з особливостями сільськогосподарського виробництва (сезонність, земельні ресурси тощо) та з особливістю міжнародного ринку сільськогосподарською продукцією.

2. На сьогодні існує низка підходів до формування стратегії підвищення конкурентоспроможності агрофірми: формальний, позиційний, стихійний, маркетинговий, підхід на основі теорії TQM. Проте для формування стратегії пропонуємо скористатися системним підходом, який передбачає, що агрофірма є відкритою системою. Особлива важливість даного підходу обумовлена можливістю більш повно врахувати чинники, які впливають на вибір міжнародної стратегії конкурентоспроможності агрофірми. Використання цього підходу дозволяє застосувати алгоритм формування такої стратегії, який включає наступні етапи: оцінка поточного стану, аналіз стану агрофірми, вибір стратегії, оцінка стратегії, розробка

стратегічного плану, реалізації стратегії.

3. Підвищення конкурентоспроможності пов'язано з розробкою та вибором відповідних стратегій, формування й коригування яких відбувається практично постійно. Вибір стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства відповідно до ринкової ситуації пов'язаний з оцінюванням її переваг і ризиків, аналізом її відповідності ситуації на ринку, а також рівня організації виробництва на підприємстві та управління ним. При виборі базової стратегії виходять з того, наскільки вона спроможна стимулювати адаптацію можливостей підприємства до конкретних ринкових умов. У цьому полягає суть базової стратегії як загальноекономічної основи забезпечення практичних дій підприємства.

4. ТОВ «Агропрайм Холдинг» - підприємство, яке працює на ринку Одеської області та України з 2005 р. Підприємство спеціалізується на виробництві продукції рослинництва та тваринництва. Проте лише з недавнього часу ТОВ «Агропрайм Холдинг» експортує продукцію за кордон. Присутність за кордоном поки що обмежена – продукція свинарства реалізується в Грузію, рослинництва – в Єгипет та Туреччину. Проте в стратегічних цілях підприємства є нарощення обсягів постачання та розширення ринків збуту за кордоном. Проведена оцінка конкурентоспроможності підприємства на ринку Грузії дозволила зробити висновок про те, що на підприємстві розширюються масштаби господарювання, зростає власний капітал, підприємство забезпечене власним оборотним капіталом але має зростаючий непокритий збиток. Наявний перекис в структурі активів в сторону немобільної їх частини. На підприємстві зростають обсяги виручки, продуктивності праці та фондівіддачі, але підприємство збиткове. Погіршуються показники ліквідності та зростає фінансова залежність. За допомогою аналізу були порівняні показники діяльності ТОВ «Агропрайм Холдинг» та його конкурентів, а також здійснено оцінку ефективності та конкурентних переваг. ТОВ «Агропрайм Холдинг» має коефіцієнт конкуренто-



спроможності в 2019 році нижче ніж у компанії «Агропродсервіс», хоча і вище ніж у компанії «Native Georgian».

5. Для оцінки стратегії міжнародної конкурентоспроможності було використано методи SPACE-аналізу, сутність якого зводиться до застосування багатокритерійного підходу, що дозволяє здійснювати ідентифікацію характеристик, пошук репрезентативної вибірки даних, їх об'єднання в групи, присвоєння їм конкретних оцінок в межах обраної шкали значень. В результаті застосування цього методу було встановлено, що ТОВ «Агропрайм Холдинг» на ринку продукції тваринництва в Грузії використовує агресивну стратегію, яка може знайти вираз у прямій інтеграції, зворотній інтеграції або у горизонтальній інтеграції. Найбільш підходить для підприємства горизонтальна інтеграція, яка виражається у придбанні підприємства в Грузії. Це дозволить значно посилити управлінські зв'язки між партнерами – зі слабого рівня до рівня «високого» та «абсолютного». Це дозволить не тільки зберегти, а й зміцнити конкурентні позиції підприємства на ринку продукції тваринництва Грузії, досягти рівня лідерства.

6. Підприємству для підтримування стратегії міжнародної конкурентоспроможності доцільно використовувати в своїй діяльності SWOT-аналіз, за допомогою якого виявляються погрози і можливості, які можуть виникнути в зовнішній середі по відношенню до фірми, а також сильні і слабкі сторони останньої. Проведений аналіз засвідчив, що ТОВ «Агропрайм Холдинг» має як слабкі так і сильні сторони, які разом в сукупності з загрозами та можливостями дають відповіді на можливу реакцію підприємства для використання комбінацій. Проведений аналіз також засвідчив, що найбільш доцільним для нівелювання загроз є дії, направлені на використання сильних сторін, а саме застосовування методів маркетингу та розробки відповідних рекламних заходів, які б наголошували на високій якості продукції, постійна перевірка якості продукції. Окрім того, підприємству доцільно використовувати власні можливості в поєднанні з

сильними сторонами, зокрема впроваджувати нові асортиментні лінійки, розпочати продаж нових видів продукції, встановлювати нижчі ціни на продукцію порівняно з конкурентами.

7. Удосконалення стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю ТОВ «Агропрайм Холдинг» пропонуємо здійснювати за трьома напрямками: удосконалення організаційної структури стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства через підвищення ролі відділу стратегічного управління та делегування частини повноважень відділу маркетингу в новий відділ, який буде займатися безпосередньо зовнішньоекономічною діяльністю та реалізовувати стратегію підвищення міжнародної конкурентоспроможності; удосконалення методики формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства через виокремлення конкурентних переваг та формування стратегії на їх підставі з урахуванням оптимального, нормального песимістичного та кризового сценарію розвитку; удосконалення мотивації працівників, які зайняті в сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства за рахунок вдосконалення системи заробітної плати, надання можливостей працівникам брати участь у прибутках організації та вдосконалення організації праці, що включає постановку цілей, збагачення праці, ротацію, застосування гнучких графіків за рахунок вдосконалення мотиваційного механізму через впровадження мотиваційного кола, формування і розвитку кадрового потенціалу ТОВ «Агропрайм Холдинг», ув'язки мотиваційного механізму з стратегією підвищення конкурентоспроможності підприємства.

8. ТОВ «Агропрайм Холдинг» для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності необхідно посилити інноваційну складову. Для цього необхідно звернути увагу на стратегію «блакитного океану», яка передбачає націленість на створення нових секторів ринку. При цьому ТОВ «Агропрайм Холдинг» має враховувати особливості й можливості не тільки вітчизняного сільськогосподарського виробництва та необхідність

впровадження технологічної безпеки, перевірки наявних і впроваджуваних технологій, а й міжнародних нових технологій, зокрема пропонується для підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності дедалі ширше застосовувати прогресивні сучасні технології мінімальної обробки ґрунту й точного землеробства, а саме: «Mini-till», яка передбачає мінімізацію техніко-технологічного впливу на ґрунт під час його обробки; «No-till» або «Zero-till» (технологія нульової обробки) як спосіб обробки ґрунту, що не пропонує механічних рішень для усунення ущільнень на глибині 30-35 см; «Strip-till» (смуговий обробіток ґрунту) як систему раціонального природокористування, за якої відбувається мінімальна обробка ґрунту. Окрім того, в рослинництві доцільно використати новітні техніко-технологічні рішення пов'язані з селекційною роботою та генною інженерією; органічним землеробством; мікрозрошенням; космічними інформаційними технологіями; нанотехнологіями.

9. Соціальна відповідальність сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, але й забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу. Соціальна відповідальність ТОВ «Агропрайм Холдинг» має несистемний, ситуаційний характер. Соціальна спрямованість ТОВ «Агропрайм Холдинг» буде більш ефективною, якщо соціальна відповідальність буде включена у стратегію управління. При формуванні корпоративної стратегії необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність ТОВ «Агропрайм Холдинг», серед яких можна запропонувати наступні: доцільно враховувати соціальну відповідальність при розробці стратегії підприємства; формування стратегії базувати на принципах розуміння потреб і очікувань суспільства, підвищення ефективності управління ризиками, поліпшення взаємовідносин із зацікавленими сторонами, покращення репутації підприємства в цілому; узгоджувати кожен етап та рівень формування корпоративної стратегії з базовою концепцією соціально відповідального бізнесу.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Артамонов Б.В. Основные принципы формирования конкурентных стратегий / Б.В. Артамонов // Научный вестник МГТУ ГА. – 2019. – №143. – С. 11-16.
2. Артеменко В. О. Структура чинників впливу на конкурентоспроможність підприємств АПК / В. О. Артеменко, С. І. Мельник // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2010. - № 4. - С. 110-116.
3. Артеменко Л.П. Методика оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / Л.П. Артеменко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2015. – № 4. – С. 113-116.
4. Беренда Н. І. Конкурентоспроможність підприємства і стратегія її підвищення / Н. І. Беренда, С. М. Ніколаєнко, Н. В. Тацієнко // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. - 2018. - № 1. - С. 40-45.
5. Білінська В. Сучасні інноваційні технології в сільському господарстві: основна характеристика та перспективи впровадження / В. Білінська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2015. – Вип. 7. – С. 74-80.
6. Білоусов О. М. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємств у регіонах на зовнішньому та внутрішньому ринку / О. М. Білоусов, І. Г. Імшеницька, А. М. Єфремов // Бізнес-навігатор. - 2017. - № 1. - С. 18-23.
7. Борисова О. В. Інноваційні стратегії підприємств туризму: сутність, методичні підходи щодо вибору стратегій з використанням спресе-аналізу / О. В. Борисова. // Ефективна економіка. - 2013. - № 4. – С. 24-28.
8. В Грузии начинается производство всемирно известного мясного продукта «Хамон». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.geomigrant.com/2017/05/29/>
9. Галушка З. Соціальна відповідальність як чинник конкурентоспроможності українського бізнесу / З. Галушка // Вісник Київського

- національного університету імені Тараса Шевченка. – 2011. – №1. – С. 43-45.
- 10.Гамова О. В. Дослідження основних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування та визначення їх особливостей / О. В. Гамова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2019. - № 6(1). - С. 249-253.
- 11.Гоголя О.П. Соціальна відповідальність бізнесу / О.П. Гоголя, І.П. Кудінова. – К. : Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України, 2008. – 79 с.
- 12.Гордієнко В. О. SWOT-аналіз перспектив розвитку АПК України / В. О. Гордієнко, Н. І. Шевченко, Д. О. Шевченко // Науковий погляд: економіка та управління. - 2019. - № 1. - С. 25-33.
- 13.Горина А. П. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности промышленного предприятия на основе использования инструментов и методов менеджмента / А. П. Горина // Издательство мордовского университета. – 2009. – №3. – С. 178-184.
- 14.Грищук Н. В. Особливості інвестування в розвиток сільського господарства за умов посилення конкуренції / Н. В. Грищук // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. - 2019. - № 6. - С. 176-185.
- 15.Губанова С. А. Анализ деятельности предприятий в рамках формирования стратегии повышения конкурентоспособности / С.А. Губанова // Молодежный научный вестник. – 2017. – № 6 (18). – С. 284-288.
- 16.Дегтярьова І. О. Теоретичне обґрунтування складових розробки механізмів підвищення конкурентоспроможності регіону / І. О. Дегтярьова // Статистика України. - 2013. - № 1. - С. 67-70.
- 17.Дзеніс О.О. Вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства / О.О. Дзеніс // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – Вип. 21. – С. 266-272.
- 18.Дідченко К. В. Формування пріоритетних напрямків розвитку ТОВ

- «СЛОБОДА КО» на основі проведення SWOT-аналізу / К. В. Дідченко, С. П. Дунда // Молодий вчений. - 2019. - № 1(2). - С. 446-449.
- 19.Євчук Л. Сучасна парадигма явища конкуренції та формування сільськогосподарськими товаровиробниками конкурентних переваг / Л. Євчук // Економіст. - 2012. - № 2. - С. 21-23.
- 20.Жовновач Р. І. Теоретико-методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств / Р. І. Жовновач // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2011. - Вип. 19. - С. 106-114.
- 21.Жуковська В. М. Соціальна відповідальність як напрям реалізації корпоративної стратегії розвитку / В.М. Жуковська // Фінанси України. – К. : 2009. – С. 14-21.
- 22.Затейщикова О.О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу / О.О. Затейщикова // Бізнес Інформ. – 2014. – № 2. – С. 200-205.
- 23.Зозульов О. Про посилення конкурентних переваг підприємства / О. Зозульов // Економіка України. - 2009. - № 8. - С. 33-38.
- 24.Иванченко А.В. Отвальный плуг, Mini-Till, No-Till. Плюсы и минусы трех технологий - какая технология перспективней? / А,В. Иванченко // Зерно. – 2017. – №3. – С. 33-39.
- 25.Козин Л. Корпоративна соціальна відповідальність як основа сучасної парадигми управління бізнесом / Л. Козин // Ответственная экономика: Научно-популярный альманах. – 2011. – Вып. 3. – С. 53-63.
- 26.Комарова К.В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України / К.В. Комарова // Інноваційна економіка. – 2016. – №5-6. – С. 25-30.
- 27.Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
- 28.Красин М. В мечтах о «голубых океанах» / В. Красин. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cfin.ru/management/strategy/>

- concepts/blue\_ocean\_strategy.shtml
- 29.Крачок Л.І. Новітні технології в сільському господарстві: проблеми і перспективи впровадження / Л. І. Крачок // Сталій розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал.- 2013.- №3.- С. 25-32.
  - 30.Кураков Л. П. Большой толковый словарь экономических и юридических терминов / Л. П. Кураков, В. Л. Кураков. - М.: Вуз и школа, 2018. – 720 с.
  - 31.Куцик П. Соціальна звітність підприємств : проблеми і перспективи розвитку / П. Кулик. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sophus.at.ua/publ/2014\\_11\\_25\\_lviv/sekcija\\_2\\_2014\\_11\\_25/socialna\\_zvitnist\\_pidpriemstv\\_problemi\\_i\\_perspektivi\\_rozvitku/68-1-0-1111](http://sophus.at.ua/publ/2014_11_25_lviv/sekcija_2_2014_11_25/socialna_zvitnist_pidpriemstv_problemi_i_perspektivi_rozvitku/68-1-0-1111)
  - 32.Кучер А. В. Переробка зерна озимої пшениці як важіль підвищення конкурентоспроможності агроформувань / А. В. Кучер, І. В. Губська // Сталій розвиток економіки. - 2013. - № 3. - С. 96-100.
  - 33.Лазаренко О. Посібник з КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / О. Лазаренко, Р. Колишко. – К.: Енергія, 2008. – 96 с
  - 34.Лазарева О.В. Особливості формування конкурентних переваг агропідприємств / О.В. Лазарева // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2010. – Вип. №3. – С. 84-88.
  - 35.Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг: европейская перспектива / Ж.Ж. Ламбен; пер. с франц. - СПб. : Наука, 2014. - 589 с.
  - 36.Ляшевська В.І. Конкурентоспроможність підприємств аграрного сектору на зовнішньому ринку / В.І. Ляшевська // Причорноморські економічні студії. – 2018. – №8. – С. 31-34.
  - 37.Мазилкина Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. - М.: Омега-Л, 2018. - 325 с.
  - 38.Международный стандарт ISO/FDIS 26000:2010 Руководство по социальной ответственности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://csr-eu-jm.com.ua/files/ISO26000.pdf>
  - 39.Нерода-Березка К. В. Чинники впливу на міжнародну конкуренто-

- спроможність продукції підприємства в Україні / К. В. Нерода-Березка // Економіка і управління. - 2011. - № 2. - С. 55-61.
- 40.Николюк О.М. Формування конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства: теорія, методологія, практика: дис... докт. екон. наук: 08.00.04 / О.М. Николюк. – Житомир, 2017. – 506 с.
- 41.Обухова Н. С. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности компании / Н.С. Обухова // Актуальные проблемы развития экономики региона. Материалы Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 123-126.
- 42.Окландер М. Маркетингові стратегії зростання: класичний та новітній підходи / М. Окландер // Економіст. – 2013. – №3. – С. 20-24.
- 43.Опружак С.С. Інноваційна діяльність в сільському господарстві / С.С. Опружак. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/38-vosma-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-konferentsiya-naukova-dumka-suchasnosti-i-majbutnogo/90-innovatsijna-diyalnist-v-silskomu-gospodarstvi>
- 44.Панин А.У. Системный подход к формированию стратегии повышения конкурентоспособности предприятия / А.У. Панин // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2018. – № 1. – С. 91-94.
- 45.Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Є.Г. Панченко. – К.: КНЕУ, 2004. – 468 с.
- 46.Пахуча Е. В. Цінова конкуренція та її вплив на конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції / Е. В. Пахуча // Бізнес Інформ. - 2018. - № 9. - С. 117-122.
- 47.Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
- 48.Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. Е. Калининой. – М.: «Альпина Паблишер», 2008. – 720 с.



- 49.Потапенко С. Д. Оцінювання виконання стратегічного плану сформованого за допомогою SWOT-аналізу / С. Д. Потапенко // Вісник Черкаського університету. Серія : Економічні науки. - 2016. - Вип. 3. - С. 84-92.
- 50.Романенко В. Конкуренція і конкурентоспроможність / В. Романенко // Вісник Національної академії наук України. - 2007. - № 8. - С. 14-16.
- 51.Романова А.И. Конкурентоспособность предприятия: методы оценки, стратегии повышения / А.И. Романова // Современная конкуренция. – 2017. – № 5. – С. 78-84.
- 52.Савельева В. С. Управління персоналом: Навч. посіб. / В. С. Савельева, О.Л. Єськов. – К.: ВД «Професіонал», 2012. – 336 с.
- 53.Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : посібник / М.А. Саприкіна, О. Ляшенко, М.А. Саєнсус. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
- 54.Синиця О. С. Кластеризація в аграрній енергетиці як інструмент побудови самодостатніх та конкурентоспроможних агроформувань / О. С. Синиця. // Ефективна економіка. - 2014. - № 10. – С. 23-27.
- 55.Синіговець О.М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства / О.М. Синіговець // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 39. – С. 275-279.
- 56.Система нульового обробітку землі. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://uhbdp.org/ua/eco-technologies/articles/1865-systema-nulovoi-obrobky-gruntu-abo-no-till-tekhnohiiia>
- 57.Смовженко Т.С. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник / Т.С. Смовженко, А.Я. Кузнєцова. – К. : УБС НБУ, 2009. – 220 с.
- 58.Спиридонова Г.В. Международная конкурентоспособность: понятие, сущность и модели основных международных конкурентных стратегий / Г.В. Спиридонова // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2013. – №1. – С. 31-36.
- 59.Степанова О.В. Соціально відповідальне управління промисловими

- підприємствами: проблеми формування та напрямки реалізації / О.В. Степанова // Вісник Сум. нац. аграр. ун-ту. Серія “Економіка та менеджмент”. – 2007. – № 6-7 (26-27). – С. 404-414.
- 60.Стрип-тілл: шляхом проб і помилок. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://striptill.com.ua/шляхом-проб-і-помилко>
- 61.Ткачук В. А. Економічна безпека сільського господарства України в умовах глобальної конкуренції / В. А. Ткачук, Т. О. Костюк // Економіка та держава. - 2019. - № 6. - С. 11-15.
- 62.ТОВ «Агропрайм-холдинг»: офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agroprime.com.ua/>
- 63.Трещов М. М. Економічна сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства» та специфіка її формування в аграрних підприємствах / М. М. Трещов // Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету. - 2011. - № 2. – С. 40-46.
- 64.Украинские экспортеры свинины ориентируются на Грузию и Китай - Березовский [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://latifundist.com/novosti/33869-ukrainskie-eksportery-svininy-orientiruyutsya-na-gruziyu-i-kitaj--berezovskij>
- 65.Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – СПб: Изд-во «Питер», 2002. – 448 с.
- 66.Фінагіна О. В. Необхідність оцінювання конкурентостійкості підприємства / О. В. Фінагіна // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2011. - № 1. - С. 121-126.
- 67.Халімон Т.М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства / Т.М. Халімон // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016 – Вип. 10. – С. 117-120.
- 68.Харченко Т. М. Матеріальне стимулювання персоналу як складова розвитку підприємств / Т. М. Харченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 3. – С. 129–131.
- 69.Цибульська Е. І. Теоретичні підходи до формування стратегії підвищення

- конкурентоспроможності організації / Е. І. Цибульська, В. І. Мацигура // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2018. - Вип. 22(3). - С. 98-102.
70. Чан Ким В. Стратегія голубого океана / В. Чан Ким. – М.: Дело, 2016. – 343 с.
71. Червінська Л. П. До питання мотивації персоналу / Л. П. Червінська // Соціально-трудова відносини: теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 108–113.
72. Черевко Г. Державне регулювання діяльності агрохолдингів в умовах конкуренції в сільському господарстві / Г. Черевко // Аграрна економіка. - 2019. - Т. 12, № 1-2. - С. 8-16.
73. Чернега О. Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений / О.Б. Чернега. – Донецк : Ин-т економіки пром-сти, 1999. – 447 с.
74. Чухрай Н. І. Управління інноваційними процесами в межах екосистеми: монографія / Н. І. Чухрай, Р. Патора, А. Г. Загородий. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. - 216 с.
75. Швець Л.М. Підходи до формування стратегії конкурентоспроможності підприємства / Л.М. Швець // Економічний вісник Донбасу. – 2008. – №3. – С. 113-121.
76. Штангрет А. М. Мотиваційні аспекти управління персоналом в умовах розвитку економіки знань / А. М. Штангрет // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2014. – № 6. – С. 61-65.
77. Шубравська О. В. Інноваційні трансформації аграрного сектора економіки: монографія / О. В. Шубравська, Л. В. Молдован, Б. Й. Пасхавер. - К.: НАН України, 2012. - 496 с.
78. Юданов А. Д. Конкуренция: теория и практика / А.Д. Юданов. – М.: Акалис, 1995. – 480 с.
79. Яців І. Б. Селективна функція конкуренції у середовищі

сільськогосподарських підприємств / І. Б. Яців // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2018. - Вип. 6. - С. 89-92.

80. Яців І. Б. Участь сільськогосподарських підприємств у міжнародній конкуренції / І. Б. Яців. // Ефективна економіка. - 2013. - № 2. – С. 30-39.