

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом  
(найменування кафедри)

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ (підпис)

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 201\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА на здобуття освітнього ступеня  
магістра**

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування

“Економіка, планування та управління бізнесом”  
(назва магістерської програми)

на тему: **«Шляхи підвищення конкурентоспроможності  
підприємства (на прикладі ТОВ «АГРОТЕХНІКА»)»**  
(назва теми)

**Виконавець:**

студент ЦЗФН

Серета Дмитро Сергійович \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

**Науковий керівник:**

д.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Балджи Марина Дмитрівна \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b> .....	7
1.1. Сутність конкурентоспроможності підприємства та фактори, що на неї впливають.....	7
1.2. Підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	14
1.3. Загальний стан та конкурентоспроможність підприємств у сфері торгівлі сільськогосподарською технікою.....	28
<b>РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГРОТЕХНІКА»</b> .....	47
2.1. Загальноекономічна характеристика ТОВ «АГРОТЕХНІКА».....	47
2.2. Оцінка потенціалу розвитку підприємства.....	55
2.3. Методика проведення фінансово-економічного аналізу діяльності підприємства.....	64
<b>РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «АГРОТЕХНІКА»</b> .....	72
3.1. Розробка стратегії конкурентоспроможності ТОВ «АГРОТЕХНІКА».....	72
3.2. Оцінка ефективності стратегії конкурентоспроможності.....	86
3.3. Шляхи зниження ризиків подальшого розвитку підприємства.....	93
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	104
<b>Список використаних джерел</b> .....	108
<b>Додатки</b> .....	114

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Українська економіка характеризується розвитком та загостренням конкуренції серед вітчизняних підприємств. Внаслідок цього керівники вітчизняних підприємств знаходяться в постійному пошуку нових інструментів управління та важелів підвищення конкурентоспроможності. В даний час, щоб функціонувати в умовах конкурентного середовища, підприємства освоюють нові види послуг чи форми бізнесу, висувають на перше місце не тільки своїх співробітників, але і борються за кожного клієнта. Вивчається ринок, здійснюється збір необхідної інформації, яка аналізується, після чого розробляються стратегії освоєння ринку. Таким чином, актуальність обраної теми, присвячена проблемам конкурентоспроможності, обґрунтовується необхідністю оперативного та ефективного застосування інструментів конкурентоспроможності, а також управління ними на сучасному підприємстві. Актуальність даної теми підтверджується становищем вітчизняних підприємств, які змушені реагувати на зміни ринку впровадженням нових заходів підвищення власної конкурентоспроможності.

Важливість обраної теми доводиться тим фактом, що у ринковій системі господарювання конкурентоспроможність, як економічна категорія, виступає ключовою, так як вона відображає економічні, науково-технічні, виробничі, організаційні, управлінські, маркетингові та інші можливості підприємства. Ці можливості реалізуються в товарах та послугах, що конкурують з аналогами на внутрішньому та зовнішньому ринках.

В даній випускній роботі використовувався теоретичний доробок вітчизняних та закордонних вчених-економістів з приводу такого поняття як конкурентоспроможність підприємства. Також використовувалися статистичні дані, які стосувалися загального стану сфери торгівлі й надання послуг на ринку сільськогосподарської техніки в цілому та окремих

підприємств. В дипломній роботі також аналізувалась звітність досліджуваного підприємства.

Практична значущість даної роботи полягає в аналізі стану і застосування методики підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства. При проведенні даного прикладного дослідження були розроблені рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств.

**Мета роботи** – визначення заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства на прикладі ТОВ «АГРОТЕХНІКА».

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- 1) дослідження теоретичних основ поняття конкурентоспроможності підприємства;
- 2) з'ясувати місце конкурентоспроможності в системі розвитку підприємств на ринку товарів та послуг;
- 4) надати загально-економічну характеристику ТОВ «АГРОТЕХНІКА»;
- 5) здійснити оцінку потенціалу розвитку підприємства;
- 6) аналіз стану конкурентоспроможності досліджуваного підприємства;
- 7) розробити пропозиції заходів щодо підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.
- 8) спрогнозувати подальший розвиток підприємства.

**Об'єктом дослідження** в роботі є процес конкурентоспроможності діяльності вітчизняних підприємств в умовах ринкової економіки.

**Предметом дослідження** є можливі заходи підвищення конкурентоспроможності підприємства.

**Методи дослідження.** Для досягнення мети, поставленої в роботі, були використані наступні методи й прийоми досліджень: теоретичне узагальнення та порівняння – для розкриття змісту й уточнення наукових понять з питань конкурентоспроможності діяльності підприємств; системний і ситуаційний підходи – для узагальнення положень

конкурентоспроможності та їх місця в системі розвитку підприємства; статистико-економічний аналіз – для вивчення, порівняння і наочного відображення емпіричних даних з досліджуваних питань; обґрунтування низки завдань та розробки рекомендацій щодо організації переходу від спеціалізації підприємства до його конкурентоспроможної діяльності; аналітичні – для аналізу показників, які характеризують цей процес; метод формалізації – для розробки рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства; методи аналізу ринку для порівняння діяльності підприємств-конкурентів; економіко-математичний метод – для прогнозування подальшого розвитку підприємства; графічний та табличний методи – для наочного зображення статистичного матеріалу й схематичного подання ряду теоретичних та практичних положень роботи.

*Інформаційною базою* досліджень були наукова, довідкова та реферативна література з теми дослідження, статистичні матеріали; законодавчо-нормативна документація, фінансово-економічна звітність та інші документи підприємства.

За результатами проведених досліджень опублікована стаття «Конкурентоспроможність як напрямок розвитку підприємства в сфері торгівлі й надання послуг» у Науковому віснику Одеського національного економічного університету №8 (260) за 2018 рік.

## ВИСНОВКИ

Підводячи підсумки проведеному дослідженню, можна зробити наступні висновки.

1. У ринковій системі господарювання конкурентоспроможність, як економічна категорія, виступає ключовою, адже вона відображає економічні, інноваційні, виробничі, організаційні, управлінські, маркетингові та інші можливості підприємства. Ці можливості реалізуються в товарах та послугах, що конкурують з аналогами на внутрішньому та зовнішньому ринках. І в таких умовах головне завдання сучасних підприємств – забезпечити завоювання і збереження підприємством кращою частки ринку та домогтися переваги над конкурентами. Саме для цього необхідно підвищувати власну конкурентоспроможність.

2. В науковій літературі поняття конкурентоспроможності підприємства висвітлюється як складне й багатогранне, а для оцінки ефективності діяльності підприємства на ринку воно є необхідним. Визначення конкурентоспроможності містить поєднує у собі великий комплекс економічних, правових та інших характеристик, що характеризують положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку. Цей комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва і збуту продукції. В практиці господарювання активно реалізуються зазначити концепції, які найбільш вдало поєднували матеріальні ресурси підприємства та ті нематеріальні активи, ефект від ідентифікації й ефективного використання яких сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства. До них належать: концепція тотального управління якістю, концепція кайзер, бенчмаркінг, концепція маркетингу взаємодії, ресурсна концепція. Реалізація тієї чи іншої концепції на підприємстві залежить від особливостей діяльності та управління, адже

підприємство має самостійно вирішити який саме підхід необхідно використовувати для досягнення підвищення конкурентоспроможності.

3. В нашій країні особливої гостроти проблема забезпечення конкурентоспроможності набуває для підприємств агропромислового сектору та допоміжних галузей, адже цей напрямок діяльності є провідним. Дослідження загального стану на ринку торгівлі сільськогосподарською технікою свідчать про зменшення купівлі нового обладнання; придбання підприємцями техніки, що була у використанні; створення й розвиток ремонтно-технічних підприємств, які спеціалізуються за певними видами та виробниками сільськогосподарської техніки. Проаналізована сегментація ринку сільськогосподарської техніки: трактори на внутрішньому ринку займають близько 25 % від загального обсягу вартості придбання технічних засобів; регіональні особливості придбання культиваторів, плугів, сівалок мають однакову тенденцію.

4. Товариство з обмеженою відповідальністю «АГРОТЕХНІКА» було створене шляхом реорганізації Одеського обласного об'єднання «Агропромтехніка» в 1996 році. Підприємство розташоване в с. Хлібодарське Біляївського району Одеської області. На підприємстві створено лінійну організаційну структуру. Підприємство займається торгівельною діяльністю. Основними напрямками торгівлі є: сільськогосподарська техніка; системи крапельного зрошення; добрива і мінеральні добавки; насінневий матеріал; засоби захисту рослин. Фінансово-господарську діяльність підприємства протягом 2015-2017 рр. слід оцінити нейтрально, хоча переважна більшість фінансових показників мають тенденцію до скорочення. Незважаючи на це, діяльність підприємства є прибутковою, що слід оцінити позитивно.

5. Для оцінки потенціалу ТОВ «АГРОТЕХНІКА» застосовано графологічний алгоритм розрахунків, за яким здійснено оцінку виробничо-збутового, організаційного, маркетингового та фінансового потенціалу обраного підприємства та його конкурентів: ТОВ «Агріматко-Вест», ТОВ «Агропартнер-XXI. Правильну форму квадрата не має жодне з обраних для

аналізу складових, що свідчить про відсутність збалансованого потенціалу. Для ТОВ «АГРОТЕХНІКА» збалансування необхідне для виробничо-збутового та маркетингового потенціалів, які мають найгірше значення.

6. Для оцінки досягнутого рівня діяльності ТОВ «АГРОТЕХНІКА» було розраховано коефіцієнт спеціалізації для врахування ступеню розвитку усіх товарних галузей. Проведені розрахунки засвідчили, що ТОВ «АГРОТЕХНІКА» може бути охарактеризовано як підприємство із низьким рівнем спеціалізації, оскільки розрахований коефіцієнт потрапляє в діапазон менше 0,20, а значить його можна віднести до багатoproфільних (багатогалузевих) підприємств.

7. На підставі результатів SWOT-аналізу ТОВ «АГРОТЕХНІКА» рекомендовано поглибити стратегію підвищення конкурентоспроможності, яка припускає пошук можливостей росту на існуючому ринку за рахунок нових видів організації. Складові стратегії включають стратегічні альтернативи розвитку, пріоритети фінансування, відповідальних виконавців

8. На наш погляд ТОВ «АГРОТЕХНІКА» необхідно обрати наступальну стратегію, яка припускає пошук можливостей росту на існуючому ринку за рахунок розширення переліку реалізуємої продукції, надання додаткових послуг; оптимізації тарифної політики; впровадженні реклами та ребрендингу; виходу на нові ринки. Стратегія ТОВ «АГРОТЕХНІКА» буде полягати у розширенні рекламної діяльності за рахунок проведення рекламно-наглядних заходів в якості проведення «Дня поля». Учасниками виставки можуть виступати юридичні особи та індивідуальні підприємці, що здійснюють свою діяльність у сфері агропромислового комплексу і (або) безпосередньо пов'язаних з ними галузях.

9. На підставі проведеного аналізу було визначено суму інвестиційних витрат на реалізацію стратегії, яка склала 45 тис. грн. В розпорядженні підприємства є 194,1 тис. грн. чистого прибутку, який отримано в 2017 р. та 2398,6 тис. грн. нерозподіленого прибутку на кінець 2018 р. Це означає, що



потреба в інвестиціях покривається повністю за рахунок власних коштів підприємства. Для реалізації цієї стратегії підприємству необхідно додатковий персонал в кількості 5 осіб.

10. В процесі оцінки стратегії підвищення конкурентоспроможності було визначено чистий дисконтований дохід, який планується отримати від реалізації стратегії. Він складе 1 456 940,0 грн., що більше 0. Крім цього, за результатами проведення «Днів поля» планується реалізувати сільськогосподарську техніку на суму 4 085 452 грн. Всі заходи щодо реалізації стратегії конкурентоспроможності окуплять себе вже зараз, тому стратегію можна рекомендувати до впровадження. Таким чином, усі показники свідчать не тільки про можливість реалізації стратегії, а й про її високу економічну ефективність.

11. Оцінка ризику отримання доходу за стратегією розвитку представлена за трьома сценаріями з різними ймовірностями настання подій. Результати розрахунку показують, що економічний ризик притаманний всім сценаріям, але найменш погрозливий він в реалістичному варіанті. Для уникнення ризиків підприємству запропоновано алгоритм ризик-менеджменту.

12. Результати впровадження стратегії конкурентоспроможності дають підстави спрогнозувати обсяги чистого доходу від реалізації продукції в 2016-2019 рр., а також коефіцієнт спеціалізації, який складе в 2016-2019 рр. 0,1729, що свідчить про багатогалузевість підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алтухова І.М. Підвищення конкурентоспроможності підприємства. // Прометей, №2 – 2010. – С. 112-114.
2. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В.Г. Андрійчук. - К.: КНЕУ, 2013.-780 с.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия – СПб.: ПИТЕР, 1999. – 325 с.
4. Антология экономической классики. – М.: Эконов, 1993. – Т. 1. – 476 с.
5. Бабина О. Є. Управління знаннями як складовою потенціалу підприємства / О. Є. Бабина, Т. І. Андреюшина // Водний транспорт. - 2012. - Вип. 2. - С. 101-106.
6. Бабміндра Д. Диверсифікація інноваційного розвитку агропромислового комплексу в умовах глобалізаційних викликів / Д. Бабміндра, Т. Чкан // Землевпорядний вісник. - 2012. - № 10. - С. 16-17.
7. Багнянин Г.І., Іфтемічук В.С. Генеза ринкової економіки: Терміни, поняття, персоналії. – К.: Магнолія Плюс, 2004. – 688 с.
8. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія і практика: Навчальний посібник. – К: Центр учбової літератури, 2011. – 328 с.
9. Балабанова Л.В. Сардак О.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: Навч. пос. – Донецьк: Дон ДУЕТ, 2003. – 143 с.
10. Балан В. Формування стратегії розвитку підприємства на основі динамічного SPACE-аналізу / В. Балан, І. Тимченко // Схід. - 2016. - № 4. - С. 5-16.
11. Балджи М.Д. Застосування сценарного підходу для проведення прогнозних досліджень на підприємствах // Науковий вісник Ужгородського університету: зб. наук. пр. – Серія «Економіка». – Вип. 2(46). – 2015. – С. 161-165.

12. Балджи М.Д. Обоснование развития инфраструктуры для поддержки малого аграрного предпринимательства // Формирование инфраструктуры развития регионального апк: теория и практика. Материалы XIV Международной научно-практической конференции 24-25 сентября 2015 года. Барнаул. Алтайский отдел ФГБНУ СибНИИЭСХ; под науч. ред. проф. Г.М. Гриценко. – Барнаул: Алтайский дом печати, 2015. – С. 164-166.
13. Балджи М.Д., Карпов В.А., Ковальов А.І. та ін. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: навч. посіб. – Одеса: ОНЕУ, 2013. – 670 с.
14. Бахчиванжи Л.А. Диверсифікація діяльності аграрних підприємств як стратегія управління соціально-економічним розвитком / Л. А. Бахчиванжи, О. Ю. Павлова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Економіка і менеджмент. - 2013. - Вип. 6. - С. 84-91.
15. Безрукова Т.Л., Целых К.Н. Выбор и реализация стратегии конкурентного поведения предприятий мебельного сегмента экономики // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований <https://www.applied-research.ru/ru/article/view?id=7905>.
16. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності компанії [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/ct/ct003.html> Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності компанії.
17. Богуславський Є. І. Класифікація видів диверсифікації / Є. І. Богуславський, А. І Тищенко // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії ; Вип. 1 (20), 2011 р. – С. 186–197.
18. Бойко В. В. Сутність діагностики потенціалу розвитку підприємств / В. В. Бойко, О. Г. Парфентьева // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 10. - С. 368-374.
19. Бокань А. А. Диверсифікація підприємства: передумови, види та форми

- / А. А. Бокань // Вісник економічної науки України. – 2010 . – № 2. – С. 21–24.
20. Болончук Б.В., Драгун Н.П. Влияние диверсификации на эффективность деятельности предприятия. // Вісник Національного транспортного університету. – 2009. – Випуск 19. – Ч. 1. – С. 298-305.
21. Ващенко Н. В. Роль персоналу у формуванні потенціалу для розвитку системи "підприємство" / Н. В. Ващенко // Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку. - 2012. - 2012. - С. 125-138.
22. Волошина К. П. Оцінка експортного потенціалу підприємства / К. П. Волошина // Управління розвитком. - 2013. - № 12. - С. 9-11.
23. Германюк Н.В. Теоретико-методичні аспекти диверсифікації в сільському господарстві / Н.В. Германюк // Економіка АПК. - 2010. - № 8. - С. 25-29.
24. Горбенко О.В. Диверсифікація послуг як джерело підвищення ефективності діяльності логістичних операторів / О. В. Горбенко, А. Г. Вага // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2010. - Вип. 7. - С. 249-252.
25. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз: навч. посібник / П. Л. Гордієнко ; Міжнародний наук.-техн. ун-т. – К. : Алерта, 2006. – 404 с.
26. Данчук М. В. Оцінка адаптивного потенціалу підприємства, що функціонує в умовах нелінійної динаміки підприємницького середовища / М. В. Данчук // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 9. - С. 292-300.
27. Дєєва Н.М., Дедіков О.І. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 328с.
28. Динаміка ринку сільськогосподарської техніки у 2015 році [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://igmar.com.ua/dinamika-rinku-cg-tehniki-y-2015/?v=3943d8795e03>
29. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384с.
30. Драгун Н.П. Стратегии диверсификации промышленных предприятий

- Беларуси / Н.П. Драгун, И.В. Ивановская // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 10. - С. 461-466.
31. Думанська К. С. Формування асортименту продукції на підприємствах різних напрямів спеціалізації / К. С. Думанська, О. І. Ющенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2013. - № 2(3). - С. 138-141
32. Дьоміна В. В. Порівняння засобів та призначення диверсифікації та комбінування виробництва / В. В. Дьоміна // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2011. - № 2. - С. 105-111.
33. Єфименко Л. М. Державна політика як фактор диверсифікації на промислових підприємствах / Л. М. Єфименко // Національне господарство України: теорія та практика управління. – 2008. – С. 75–81.
34. Ефремов В. С. Стратегия бизнеса. Концепция и методы планирования . – М.: Финпресс, 2004.
35. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Словженко Т.С. Фінансовий словник. – Л.: Центр Європи, 1997. – 576 с.
36. Захарін С. В. Економічна диверсифікація як ефективний механізм забезпечення розвитку підприємства / С. В. Захарін // Вісник КНУТД. - 2012. - № 1. - С. 139-145.
37. Иванова И. В. Основные направления повышения конкурентоспособности предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы Междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.).Т. II. – М.: РИОР, 2011. – С. 97-100. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/9/466/>
38. Карлоф Б. Деловая стратегия. – М.: Экономика, 1991. – 320 с.
39. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

40. Лашина М.В. Концептуальные подходы к повышению конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://уэкс.рф/уэс-23-232010/item/181-2011-03-23-09-10-18>
41. Люлёв А.В. Формирование стратегии развития предприятия в условиях несбалансированной экономики / В. В. Сабадаш, А. В. Люлёв // Современные тенденции в управлении социально-экономическим развитием территории : монография. – Орел : АПЛИТ, 2010. – С. 318–329.
42. Мескон М.Х. Основы менеджмента : [Учебник]: Пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; Общ. ред. и вступ. ст. Л. И. Евенко. - 3-е изд. - М. : Дело, 2000. – 704 с.
43. Минцберг Г., Альтстренд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий / Пер с англ. С. К. Вознесенского. – СПб.: Питер, 2006.
44. Мирошніченко П. Бенчмаркінг – основний інструмент підвищення конкурентоспроможності українських компаній. // Персонал. – №3. – 2009. – С.36-45.
45. Петруха С.В., Смолюк Д.О., Колотуша М.М. “TQM” і “Lean Production” – найкращий засіб забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/PNR\\_2006/Economics/10\\_petruha%20sergiy%20.doc.htm](http://www.rusnauka.com/PNR_2006/Economics/10_petruha%20sergiy%20.doc.htm).
46. Погорелов Ю.С. Развитие предприятия: понятия та виды // Проблемы материальной культуры – Экономические науки. – 2014. – №3. – С. 75-81.
47. Прийма Л.Р. Развитие предприятия: суть понятия // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.10. – С. 236-241
48. Рibaкова О.В. Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення [Електронний ресурс] – Режим доступа: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvamu\\_ekon/2009\\_7/09rovaif.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_ekon/2009_7/09rovaif.pdf)
49. Рибалко А. А. Методичні підходи до оцінки потенціалу підприємства /

- А. А. Рибалко // Управління розвитком. - 2013. - № 13. - С. 90-94
50. Ринок сільгосптехніки-2017: головні тренди й новинки  
<https://traktorist.ua/articles/298-rinok-silgosptehniki-2017-golovni-trendi-y-novinki>.
51. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
52. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
53. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
54. Становлення ефективного аграрного виробництва шляхом відновлення техніко-технологічної бази підприємств / В.В. Іванишин Агросвіт // 2009. – №23. – С. 24-27.
55. Стукалов Д. Кайдзен. Вовлечение персонала [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.leanzone.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=74:2008-12-25-19-04-43&catid=38:2008-12-05-13-09-39&Itemid=90](http://www.leanzone.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=74:2008-12-25-19-04-43&catid=38:2008-12-05-13-09-39&Itemid=90).
56. Федорченко Б. С. Стан та перспективи розвитку потенціалу сільськогосподарських підприємств України / Б. С. Федорченко // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Технічний прогрес та ефективність виробництва. - 2013. - № 46. - С. 97-105.
57. Федотов А.В. Теоретические основы функционирования и экономический механизм развития рынка сельскохозяйственной техники / А.В. Федотов. – М.: Изд-во Прометей. 2005. – 176 с.
58. Халімов Т.М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства // Науковий вісник Ужгородського національного університету [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10\\_2\\_2016ua/28.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10_2_2016ua/28.pdf).

59. Шеремет М.В., Соколенко В.Н. Факторы влияющие на конкурентоспособность предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.nbuiv.gov.ua/articles/ospu/opu\\_99\\_1/7\\_8.htm](http://www.nbuiv.gov.ua/articles/ospu/opu_99_1/7_8.htm)
60. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підруч.-2-ге вид., перероб. і доп.-К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.



## **ДОДАТКИ**