

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра економіки праці та менеджменту

«До захисту в ЕК»
Директор інституту(декан факультету)
_____ Шеремет О.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

«__» _____ 20__р.

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
_____ Березянюк Т.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

«__» _____ 20__р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності _____ 073 «Менеджмент» _____
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Менеджмент» _____

на тему: Покращення характеристик продукції для забезпечення розвитку підприємства

Виконав: здобувач 5 курсу, 5 групи

Кишеня Анна Анатоліївна
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

Керівник к.е.н., доц. Пенчук Ганна Сергіївна
(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

(підпис)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

(підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній роботі немає запозичень із праць інших авторів без відповідних посилань.

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2021 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
 Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки і управління
 Кафедра економіки праці та менеджменту
 Освітній ступінь бакалавр
 Спеціальність 073 «Менеджмент»
 Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки
 праці та менеджменту

_____ Т.В. Березяню
 “19” жовтня 2020 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ

Кишені Анні Анатоліївни

1. Тема роботи Покращення характеристик продукції для забезпечення розвитку підприємства
 керівник роботи Пенчук Ганна Сергіївна, к.е.н., доцент
 затверджені наказом закладу вищої освіти від 19.10.2020 р. № 843.
2. Строк подання здобувачем роботи 01 лютого 2021 р.
3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти, аналітичні та статистичні матеріали стосовно теми проекту, бухгалтерська, статистична звітність та аналітичні матеріали ПрАТ «Цеппелін Україна»
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Розділ 1. Теоретичні аспекти розвитку конкурентоспроможності підприємства.
Розділ 2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сільськогосподарської техніки ПрАТ «Цеппелін Україна»
Розділ 3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Цеппелін Україна»
5. Перелік графічного матеріалу
Результати дослідження знайшли відображення в 8 рисунках та 19 таблицях ілюстративного матеріалу

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 19 жовтня 2020 року**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та вивчення джерел інформації для написання кваліфікаційної роботи. Складання бібліографії наукових джерел	24.10.2020 р.	
2	Розроблення та затвердження плану роботи керівником кваліфікаційної роботи і керівником проектної групи	29.10.2020 р.	
3	Робота над вступом до кваліфікаційної роботи	02.11.2020 р.	
4	Підготовка першого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	13.11.2020 р.	
5	Підготовка другого розділу, висновків до нього та подання його керівнику	08.12.2020 р.	
6	Підготовка третього розділу, висновків до нього та подання його керівнику	05.01.2021 р.	
7	Підготовка висновків до роботи та подання його керівнику	08.01.2021 р.	
8	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	12.01.2021 р.	
9	Остаточне оформлення роботи. Формування проекту доповіді, ілюстративного матеріалу. Погодження з керівником кваліфікаційної роботи	14.01.2021 р.	
10	Подання завершеної роботи на розгляд комісії з попереднього захисту	15.01.2021 р.	
11	Подання завершеної роботи на розгляд завідувачу кафедри та подача електронного варіанту роботи для перевірки на плагіат	01.02.2021 р.	
12	Захист кваліфікаційної роботи	Згідно графіку захисту	

Здобувач_____
(підпис)**А.А. Кишеня**

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи_____
(підпис)**Г.С. Пенчук**

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Покращення характеристик продукції для забезпечення розвитку підприємства– Рукопис.

Випускна робота зі спеціальності 073 «Менеджмент». Національний університет харчових технологій, Київ, 2021.

Встановлено, що конкурентоспроможність продукції визначається особливими якостями(параметрами), які відрізняють її позитивні переваги від продукції конкурентів.

Запропоновано розуміти фактори, які впливають на конкурентоспроможність продукції як чинники які пов'язані з конкурентоспроможністю підприємства. На ринку сільськогосподарської техніки України переважає техніка іноземного виробництва, яка є більш надійною, технологічною, економною.

Обґрунтовано доцільність реалізації комплексу ком'ютерної навігації для підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства, що дозволить більш ефективно задоволити запити споживачів та збільшити прибутковість компанії

Магістерська робота викладена на 84 сторінках, містить 19 таблиць, 8 рисунків.

Ключові слова: конкурентоспроможність, продукція, підприємство, витрати, ефективність.

ABSTRACT

Improving product performance to ensure enterprise development -
Manuscript.

Graduation thesis in the specialty 073 "Management". National University of Food Technologies, Kyiv, 2021.

It is established that the competitiveness of products is determined by special qualities (parameters) that distinguish its positive advantages from the products of competitors.

It is proposed to understand the factors that affect the competitiveness of products as factors that are related to the competitiveness of the enterprise. The market of agricultural machinery of Ukraine is dominated by machinery of foreign production, which is more reliable, technological, economical.

The expediency of realization of a complex of computer navigation for increase of competitiveness of production and the enterprise is proved that will allow to satisfy inquiries of consumers more effectively and to increase profitability of the company.

The master's thesis is set out on 84 pages, contains 19 tables, 8 figures.

Key words: competitiveness, products, enterprise, costs, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Сутність поняття конкурентоспроможності продукції підприємства.....	9
1.2. Основні чинники конкурентоспроможності продукції підприємства	15
1.3. Методи і критерії оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства	23
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2.ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ ПРАТ "ЦЕППЕЛІН УКРАЇНА"..	30
2.1. Дослідження галузевих чинників конкурентоспроможності підприємства	30
2.2. Аналіз впливу внутрішніх чинників на конкурентоспроможність підприємства	44
2.3. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства	57
Висновки до розділу 2.....	71
РОЗДІЛ 3.ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ "ЦЕППЕЛІН УКРАЇНА".....	72
3.1. Формування заходів з підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства	72
3.2. Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів	79
Висновки до розділу 3.....	86
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	90
ДОДАТКИ.....	96

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах діють спільно сили глобалізації економіки, нові технології, інтенсивна конкуренція, високі ціни на сировину і матеріали, скорочення життєвого циклу виробу, значні труднощі в отриманні коштів на наукові дослідження і розробки, що роблять систему стратегічного управління для вітчизняних підприємств практично єдиним способом забезпечення своєї ринкової стійкості протягом тривалого часу. Функціонування підприємства на будь-якому етапі його розвитку є процесом адаптації до умов зовнішнього середовища. Відмітна ознака успішного підприємства - це рівновага внутрішніх характеристик із зовнішнім середовищем. З метою запобігання настання несприятливих наслідків необхідне постійне покращення характеристик продукції для підтримання її конкурентоспроможності та розробка відповідних заходів щодо її вдосконалення.

Питання конкурентоспроможності досліджували вчені: І. Адизес, Л. Акімова, І. Ансофф, О. Кендюхов, Ф. Котлер, О. Крищенко, М. Корж, О. Могилевська, М. Портер, І. Чуб та інші. Проте аналіз основних досліджень і публікацій з даної проблеми показав, що питання покращення характеристик продукції для забезпечення розвитку підприємства потребує постійного вдосконалення та адаптації відповідно до сучасних економічних вимог.

Мета роботи: узагальнення теоретичних та практичних аспектів щодо покращення характеристик продукції для забезпечення розвитку підприємства. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розглянути сутність поняття конкурентоспроможності продукції підприємства;
- визначити основні чинники конкурентоспроможності продукції підприємства;

- узагальнити методи і критерії оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства;
- дослідити галузеві чинники конкурентоспроможності підприємства; .
- проаналізувати вплив внутрішніх чинників на конкурентоспроможність підприємства;
- оцінити конкурентоспроможність продукції підприємства;
- сформулювати заходи з підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства;
- надати економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження: процес забезпечення розвитку підприємства.

Предмет дослідження: інструменти забезпечення конкурентоспроможності продукції для розвитку підприємства.

Сфера застосування: ПрАТ «Цепелін Україна».

Методи дослідження. У роботі використовувалися наступні методи: методи теоретичного узагальнення і порівняння при визначенні теоретичних аспектів розвитку конкурентоспроможності продукції підприємства, методи функціонального аналізу, SWOT-аналіз, графічні та табличні методи представлення результатів – при аналізі конкурентоспроможності ПрАТ «Цепелін Україна», емпіричний – при зборі статистичного матеріалу, його систематизації й узагальненні результатів дослідження.

Структура та обсяг роботи. Випускна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел і додатків. Основний текст роботи становить 84 сторінки, в т. ч. 19 таблиці, 8 рисунків. Список використаних джерел містить 59 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність поняття конкурентоспроможності продукції підприємства

Підвищення ефективності виробництва підприємства є найважливішим завданням сучасного етапу розвитку економіки. Величезну роль в її вирішенні відіграє підвищення конкурентоспроможності продукції. Як правило, це включає повне або часткове оновлення асортименту, перебудову організаційної структури, технічне переоснащення виробництва, а так само впровадження принципово нових методів управління.

Вітчизняні та зарубіжні вчені внесли істотний внесок у розробку теорії конкуренції і конкурентоспроможності. Теорія конкуренції, вперше узагальнена А. Смітом, була згодом розвинена Д. Ріккардо, Ф. Еджоуртом, Е. Чемберліном і іншими. Ф. Котлер, М. Портер, І. Ансофф, Р. Уотерман, А. Стрікленд, досліджували не тільки природу конкуренції та конкурентоспроможності, а й проблеми забезпечення конкурентоспроможності.

Формування і розвиток теорії конкурентоспроможності зумовило той факт, що в даний час загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності немає, і дане поняття трактується в залежності від того, до якого об'єкту (предмету) воно відноситься.

У найзагальнішому вигляді конкурентоспроможність в економічній науці розуміється як здатність конкурувати з аналогічними об'єктами на конкретному ринку, використовуючи конкурентні переваги для досягнення поставлених цілей. Конкурентоспроможність - складна економічна категорія, яка може розглядатися на декількох рівнях: рівні товару, підприємства, галузі, країни[1, с.25].

Однією з вітчизняних робіт в області конкурентоспроможності є монографія М. В. Шарко, де автори дають таке визначення конкурентоспроможності продукції: це «характеристика продукції, яка відображає її відмінність від товару - конкурента як по ступеня відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратами на її задоволення»[45, с.65]. У даній роботі поняття конкурентоспроможності аналізується в зіставленні з іншою найважливішою техніко-економічною категорією - якістю продукції. У роботі виділяються наступні ознаки конкурентоспроможності:

1. Тотожність властивостей якості та конкурентоспроможності товару, тобто конкурентоспроможність визначається зіставленням його параметрів з показниками товарів-аналогів і вимогами споживачів.

2. Відмінність властивостей якості та конкурентоспроможності товару, яка виражається в тому, що при визначенні конкурентоспроможності повинні враховуватися тільки ті фактори, які представляють інтерес для споживача і задовольняють його конкретну потребу.

3. Розвиток категорії якості, що дозволяє здійснювати оцінку конкурентоспроможності неоднорідних товарів[45, с.68-71].

С. М. Мошак підкреслює, що поняття конкурентоспроможності товару ширше поняття якості та відповідності технічним параметрам, які лише є одними з головних складових конкурентоспроможності. Зіставлення понять «якість» і «конкурентоспроможність» вказує на їх тісний зв'язок: одне є частиною іншого[38, с.47]. При цьому якість виступає як абсолютний показник, а конкурентоспроможність - як відносний.

На нашу думку ці поняття не є тотожними і між ними існують принципові відмінності. Головна відмінність полягає в наступному: якість виробу - це просто сукупність його властивостей; конкурентоспроможність виробу - ставлення людей, споживачів виробу до його властивостей, їх сукупності, до виробу як до такого.

В основі формування цього відношення лежить оцінка виробу і його властивостей споживачем, яка залежить від декількох моментів.

По-перше, від рівня властивостей, якими володіє виріб; по-друге, від наявності виробів конкурентів; по-третє, від конкретних обставин, пов'язаних з використанням цього продукту.

Аналіз понять «якість» і «конкурентоспроможність» дозволяє зробити висновок: для споживача якість товару є обов'язковою характеристикою, але ще недостатньою для прийняття рішення про придбання саме даного товару; конкурентоспроможним виявляється той товар, який задовольняє потреби покупця оптимальним чином, тобто виявляється найкращим з урахуванням якості, цін товарів конкурентів і умов післяпродажного обслуговування. Вітчизняними авторами широко використовується підхід до визначення конкурентоспроможності, заснований на порівнянні якісних і вартісних характеристик[43, с.32].

На сьогоднішній день існує безліч визначень конкурентоспроможності, і єдиної думки серед експертів із цього приводу поки не існує. Багато вчених пов'язують це поняття безпосередньо з якістю. В основі конкурентоспроможності лежить конкуренція. Під конкурентоспроможністю товару розуміється сукупність його якісних і вартісних характеристик, що забезпечують задоволення конкретної потреби покупця і вигідно для покупця відрізняється від аналогічних товарів-конкурентів [12, с.13].

Іншими словами, абсолютно конкурентоспроможними, виходячи з цього визначення, є нові види товарів, що не мають аналогів на ринку. Майкл Портер - відомий фахівець в області вивчення конкуренції дав наступне визначення: конкурентоспроможність вдає із себе властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин. Конкурентоспроможність - це ринкова властивість товару, що має на

увазі його затребуваність на ринку, здатність приносити прибуток виробникам і торговим підприємствам [2, с.59].

Тобто з цієї точки зору розглядається здатність конкурентоспроможності задовольняти потреби і потреби різних суб'єктів ринку. Конкурентоспроможність товару - порівняльна і узагальнена характеристика товару, яка виражається в його відмінності від товару-конкурента [3, с.77].

Іншими словами це визначення розглядає відмінну характеристику від аналогів конкурентів. Конкурентоспроможність товару - ступінь його привабливості для реальної купівлі споживачем [14]. Конкурентоспроможність товару - це можливість збуту його на даному ринку [15, с.54] Дане визначення розглядає це поняття з точки зору попиту на продукцію, наскільки він буде затребуваний. Конкурентоспроможність продукції - здатність продукції відповідати вимогам даного ринку в розглянутий період [6].

У своїй монографії О. Ю. Могилевська визначила конкурентоспроможність усіх рівнів як зовнішні фактори конкурентних переваг товару. На його думку, зі збільшенням конкурентоспроможності на рівні країни, галузі, регіону, організації, що випускають товар, поліпшуються всі інтегральні і приватні показники конкурентоспроможності товару [29, с.33] Дане визначення розглядає поняття конкурентоспроможності з різних рівнів.

На наш погляд, визначення конкурентоспроможності варто розглядати комплексно. Саме тому, на думку автора, найбільш повно звучить таке визначення: Конкурентоспроможність - це характеристика товару, здатність продукції протягом періоду її виробництва відповідати за якістю вимогам конкретного ринку (ринків), адаптуватися по співвідношенню якості і ціни до переваг споживачів, забезпечувати вигоду виробнику при її реалізації.

Так, в роботі А. В. Гнедкова під конкурентоспроможністю товару розуміється «комплекс споживчих, цінових і якісних характеристик, що визначають його успіх на внутрішньому і зовнішньому ринку»[5, с.48].

М. М. Шиков визначає конкурентоспроможність як "... властивість об'єктів, що характеризує ступінь задоволення конкретної потреби в порівнянні з кращими аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку"[5, с.95]. Автор підкреслює, що товар є конкурентоспроможним або неконкурентоспроможним на конкретному ринку. До безлічі об'єктів, що мають властивість конкурентоспроможності автор відносить крім продукції ще й нормативні акти, науково-методичні документи, проектно-конструкторську документацію, технологію, виробництво, персонал, цінні папери, інфраструктуру, інформацію.

На нашу думку, викликає сумнів тотожність настільки різномірних за своєю функціональною і навіть фізичною природою об'єктів. Тим більше що характеристика конкурентоспроможності для кожного перерахованого об'єкта явно потребує уточнення і формалізації.

Раніше перераховані недоліки у визначенні поняття конкурентоспроможності на наш погляд усунені в роботі М. В. Мальчик, де саме поняття звучить наступним чином: «конкурентоспроможність товару - це оцінена споживачем властивість об'єкта перевершувати в певний момент часу без шкоди виробнику за якісними і ціновими характеристиками аналоги в конкретному сегменті ринку»[23, с.66].

Визначення враховує час, ставлення споживача до товару, співвідношення ціни і якості, вигоду, тобто прибутковість виробника і прив'язку його до конкретного ринку або його сегменту. Таким чином, узагальнюючи, можна сказати, що більшість авторів у визначенні конкурентоспроможності продукції схиляються до того, що це сукупність якісних і економічних характеристик виробу.

Тобто конкурентоспроможність розглядається в двомірній площині, де головне місце займає виробництво продукції і її реалізація, без урахування психологічних особливостей споживача. На нашу думку на конкурентоспроможність продукції впливає не тільки її якість і вартісні

показники, а й такі характеристики як бренд, імідж, престижність товару, які не можна віднести ні до якісних, ні до вартісних. Адже покупець, приймаючи рішення про придбання того чи іншого товару, часто віддає перевагу відомій, «розкрученій», «модній» торговій марці.

Такі характеристики, як бренд, імідж, престижність продукції безпосередньо впливають на рівень обсягу продажів. А обсяг продажів в свою чергу показує перевагу товару над товарами - конкурентами. Тому, виходячи з вищевикладеного, під конкурентоспроможністю продукції ми будемо розуміти здатність продукції перевершувати в певний момент часу на конкретному ринку товари - аналоги за якісними, вартісними характеристиками, а також характеристикам товарної марки. Зазначені характеристики є багатофакторними, кожна з яких може розглядатися як складний самостійний об'єкт[6, с.78].

Тобто конкурентоспроможність продукції можна розглядати як сукупність наступних елементів:

1. Цінова конкурентоспроможність продукції, яка включає співвідношення рівня ціни з цінами основних конкурентів, дієвість системи диференціації цін залежно від співвідношення попиту і пропозиції, а також політики конкурентів і привабливість для споживачів системи знижок.

2. Якість продукції. Тут можна виділити техніко-функціональні характеристики продукції (функціональність, надійність, зручність експлуатації), наявність додаткової користі (додаткових функцій, зручності, пов'язані з процесом купівлі, з процесом оплати, з подальшою утилізацією). Сюди ж можна віднести і якість системи обслуговування (системи технічного, торгового, гарантійного, сервісного обслуговування).

3. Престижність продукції. Сюди можна віднести популярність торгової марки, бренд. В цьому випадку великий вплив робить реклама і різні маркетингові заходи щодо позиціювання і просування товарів на ринку.

Таким чином, сутність конкурентоспроможності продукції тісно пов'язана з поняттям конкуренції. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність продукції - це головний фактор успіху. Конкурентоспроможність продукції - це сукупність якісних і економічних характеристик виробу. Тобто конкурентоспроможність розглядається в двомірній площині, де головне місце займає виробництво продукції і її реалізація, без урахування психологічних особливостей споживача.

1.2. Основні чинники конкурентоспроможності продукції підприємства

Конкурентоспроможність продукції залежить від безлічі факторів, які для різних споживачів можуть мати неоднакове значення.

Основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції, представлені на рис. 1.1.

Репутація виробника є одним з важливих факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції. Як правило, фірми, що постачають продукцію належної якості, яка володіє прогресивними характеристиками, широко відомі або визначаються в ході маркетингових досліджень[8, с.95].

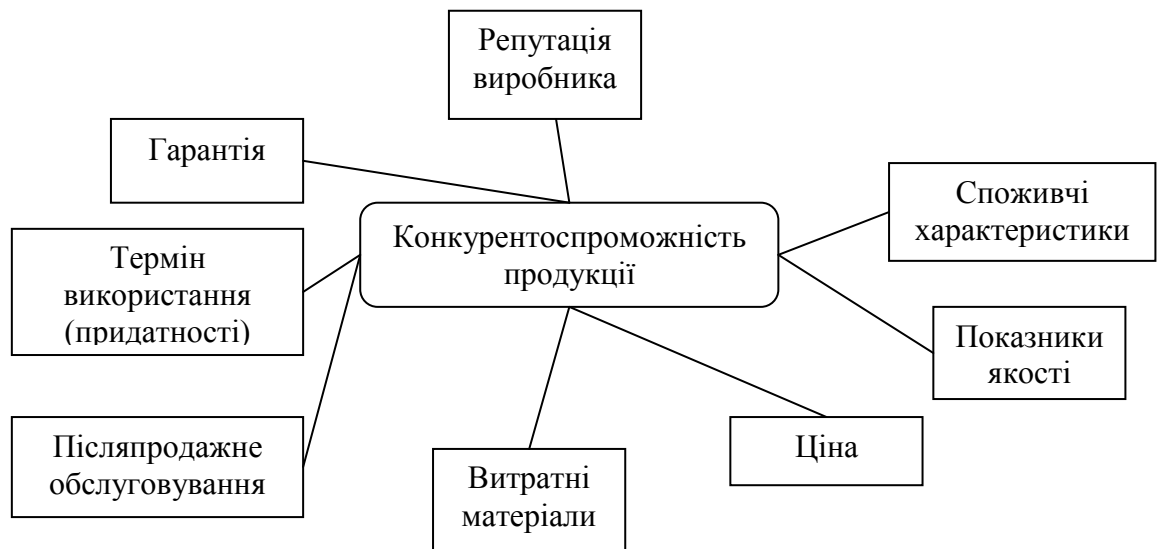


Рис. 1.1. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції

Джерело:[5]

Автомобілі «Тойота», телевізори «Соні» та ін. відомі гарною якістю, і тому назва фірми-виробника в багатьох випадках є вирішальним фактором для придбання продукції. Довіра до виробника часто є визначальною.

Репутація виробника підвищується, коли вироблена продукція має унікальні функціональні можливості і гарну якість, тоді велике число покупців віддадуть перевагу при купівлі цій продукції і попит на неї зростає.

Споживчі характеристики можуть зробити істотний вплив на конкурентоспроможність продукції, так як вони, як правило, розширюють експлуатаційні можливості виробу, що представляють інтерес для споживачів. Наприклад, поява на ринку автомобіля з підігрівом сидінь сприяла підвищенню інтересу покупців, які експлуатують автомобілі при негативних температурах[9, с.65].

Вивчення характеристик аналогічної продукції, що виготовляється різними фірмами, дозволяє споживачеві вибрати найбільш підходящий виріб з точки зору функціональних можливостей. Наприклад, при придбанні легкового автомобіля для споживача визначальною характеристикою може бути величина дорожнього просвіту при експлуатації автомобіля в умовах бездоріжжя.

Показники якості продукції визначаються сукупністю характеристик, що забезпечують її здатність задовольнити встановлений і передбачуваний інтерес споживачів.

Якість продукції є одним з найважливіших факторів оцінки конкурентоспроможності продукції. Основні показники якості продукції представлені на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Основні показники якості продукції

Джерело:[10]

Корисність визначається тими функціональними можливостями продукції, які вона повинна забезпечити, і тими характеристиками, які можуть задовольнити споживача. Насос необхідний, щоб качати воду, бензин, молоко і т. д. Лампочка повинна світити. Сир повинен бути смачним і корисним. При цьому кожен виріб має бути безпечним.

Безпека виробу для людини і навколишньої природи є одним з найважливіших показників якості продукції.

Безпека - це відсутність неприпустимого ризику, пов'язаного з можливістю нанесення шкоди людині і навколишньому середовищу. Вимоги з безпеки встановлюються як компроміс між можливістю нанесення збитку і необхідністю використання продукції. Наприклад, транспорт спочатку небезпечний, але він необхідний для переміщення людей і вантажів. Так як

досягнення абсолютної безпеки неможливо, то конкурентоспроможність виробу підвищується зі зниженням можливості нанесення шкоди.

Надійність - властивість виробу зберігати в часі здатність до виконання необхідної функції в заданих режимах в умовах застосування, технічного обслуговування, зберігання і транспортування[11, с.24].

Довговічність - здатність збереження працездатності до настання граничного стану при встановленій системі технічного обслуговування. Показником довговічності є термін служби виробу для продукції машинобудування і приладобудування і термін придатності - для сировини, матеріалів, речовин і харчових продуктів.

Ремонтопридатність - пристосованість виробу до попередження і виявлення причин пошкодження для усунення їх наслідків шляхом ремонту і технічного обслуговування. Показниками ремонтпридатності є ймовірність відновлення працездатності виробу, середній час відновлення працездатності та ін.

Збереженість - властивість виробу зберігати справний і працездатний стан протягом і після зберігання та транспортування, при яких на виріб могло бути надано вплив таких негативних чинників, як вологість, запиленість, вібрація, сонячна радіація і т. д. Показником зберігання є середній термін зберігання.

Технологічність - властивість продукції, що визначає її пристосованість до досягнення мінімальних витрат при виробництві, експлуатації та відновлення заданих значень показників якості, необхідних для виконання призначених функцій[12, с.14].

Показники технологічності характеризують властивості виробу, що визначають можливість зменшення всіх видів ресурсів, необхідних для його створення і застосування при раціональних умовах виробництва і експлуатації (застосування).

Застосування нових матеріалів, нових технологічних процесів, використання уніфікованих деталей і вузлів сприяють поліпшенню якості і суттєво знижують витрати на виготовлення і застосування виробів.

Економічність виробу залежить від витрат, необхідних при його експлуатації, які визначаються:

- вартістю витратних матеріалів;
- вартістю технічного обслуговування;
- вартістю поточного і капітального ремонтів[13, с.94].

Мінімізація експлуатаційних витрат є одним з факторів підвищення конкурентоспроможності виробу.

Транспортабельність - пристосованість продукції до переміщення в просторі при її транспортуванні і зберіганні, характеризується такими показниками, як:

- середня тривалість підготовки виробу до транспортування;
- середня трудомісткість підготовки;
- середня тривалість навантаження на транспортний засіб;
- коефіцієнт використання обсягу транспортного засобу;
- середня тривалість розвантаження.

Багато виробів потребують підготовки до транспортування для того, щоб при транспортуванні не погіршити їх якість. Підготовка може полягати в проведенні робіт по консервації продукції, додаткового захисту при транспортуванні.

На якість продукції можуть вплинути вологість, температура, удари і вібрація, потрапляння прямих сонячних променів і т. д.

Естетичність продукції визначається раціональністю її форми, цілісністю виконання, привабливим зовнішнім виглядом, оригінальністю, відповідністю моді. Естетичність особливо важлива для товарів народного споживання. Якість телевізорів, холодильників, автомобілів для покупців в значній мірі

визначається їх зовнішнім виглядом, дизайном. Однак для таких виробів, як літаки, кораблі, поїзди і т. д., естетичність також має велике значення[15, с.77.

Непоказні однотипні будівлі і споруди також не асоціюються у покупців з високою якістю.

Екологічність виробів визначається можливістю зберігати в допустимих нормативних межах величину шкідливого впливу на навколишнє природне середовище при їх використанні за призначенням, транспортуванні, зберіганні, утилізації та інших чинниках. До нормативних відносяться вимоги:

- до рівня небезпечних і шкідливих викидів в навколишнє середовище: викидів, відпрацьованих газів, твердих і рідких домішок;
- до рівня шуму, вібрацій, електромагнітних, іонізуючих та інших випромінювань;
- до безпечного знищення, захоронення та утилізації відпрацьованих свій термін служби (придатності) виробів і т. д.

Ціна є істотним, часто вирішальним фактором для споживача. Бажання споживачів купити продукцію кращої якості за невисоку ціну є абсолютно природним. Прагнення до оптимізації співвідношення «ціна-якість» змушує споживача аналізувати ринок і шукати більш вигідні пропозиції.

Зв'язок ціни і якості в сучасних ринкових умовах означає, що високі ціни відповідають хорошій якості продукції, і багато виробників прагнуть підтримувати цю відповідність[16, с.126].

Ціна продукції формується в залежності від наступних основних факторів:

- витрат на розробку і виробництво;
- споживчого попиту;
- конкурентоспроможності.

При цьому при високій конкурентоспроможності продукції ціна її може значно збільшитися.

Витратні матеріали визначають витрати, які споживач буде нести при експлуатації (застосування) придбаної продукції. Це паливно-мастильні матеріали, електроенергія, фарба для друкуючих пристроїв і т. д.

Наприклад, для автомобіля важливим показником є споживання бензину на 100 км шляху, і та марка автомобіля одного класу, у якій цей показник буде менше, виявиться більш конкурентоспроможною.

Післяпродажне обслуговування необхідно, щоб підтримувати вироби в робочому стані, і полягає в технічному обслуговуванні та ремонті виробів.

Технічне обслуговування - комплекс операцій чи окрема операція з підтримки працездатності або справності виробу під час використання за призначенням, зберіганні і транспортуванні[17, с.90].

Ремонт - комплекс операцій з відновлення справності та працездатності і відновлення ресурсів виробів і їх складових частин.

Післяпродажне обслуговування являє собою сукупність планованих і систематично проведених заходів, необхідних для підтримки працездатності виробу і задоволення споживача.

Гарантійне обслуговування здійснює виробник або його сервісні центри, які забезпечують працездатність виробу згідно гарантійних зобов'язань під час гарантійного терміну, встановленого в технічній документації.

Технічне діагностування проводиться з метою перевірки справності та працездатності виробу і його складових частин, пошуку дефектів, які порушували працездатність.

Технічне обслуговування передбачає планово-профілактичні заходи, включаючи профілактичний огляд, здійснення налагодження виробу, контроль режимів роботи.

Поточний ремонт забезпечує відновлення працездатності виробу шляхом заміни окремих деталей, складальних одиниць, регулювання режимів роботи виробу. Поточний ремонт виконують в плановому порядку, через певне напрацювання.

Середній ремонт включає відновлення окремих вузлів, які піддаються найбільшому зносу, що порушує нормальну працездатність виробу. Середній ремонт проводиться з встановленою періодичністю.

Капітальний ремонт супроводжується ревізією всіх деталей і вузлів виробу, їх відновленням або заміною з метою приведення основних споживчих характеристик у відповідність із заявленими в технічній документації[18, с.37].

Термін служби (термін придатності для сировини, матеріалів, речовин і харчових продуктів) має великий вплив на конкурентоспроможність.

Продукція, що має близькі до аналогів технічні характеристики і ціну, буде мати конкурентні переваги, якщо у неї більш тривалий термін служби (придатності).

Для виробничо-технічного обладнання та машин споживачі намагаються купувати продукцію з великим терміном служби. Однак для товарів народного споживання ці терміни не завжди є визначальними в зв'язку з мінливими споживчими властивостями продукції, її дизайном і модою. В цьому випадку споживача більшою мірою цікавить більший гарантійний термін продукції, хоча явне зменшення терміну служби продукції може негативно позначитися на репутації виробника[19, с.53].

Гарантійний термін - час, протягом якого виробник зобов'язується безкоштовно усувати всі несправності продукції. Серед автомобілів одного класу конкурентні переваги буде мати той, у якого гарантійний термін більше, ніж у конкурентів.

Таким чином, конкурентоспроможність продукції передбачає оптимальне поєднання якості, ціни, дизайну і можливості післяпродажного обслуговування. У зв'язку з чим, одним з найважливіших показників конкурентоспроможності підприємства, особливо для виробника, є конкурентоспроможність його продукції.

1.3. Методи і критерії оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства

Конкурентоспроможність продукції (товару) - це комплекс споживчих характеристик, цінкових і організаційних факторів виробництва і реалізації продукції, що формують споживчі переваги на певному сегменті ринку і забезпечують підприємству планований прибуток. Конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно задовольняти запити покупців, в тому числі і за витратами на їх задоволення, в порівнянні з аналогічним товаром конкурентів на ринку.

Оцінка конкурентоспроможності товарів - сукупність операцій з вибору критеріїв (показників) конкурентоспроможності, встановленню дійсних значень цих показників для товарів-конкурентів і порівнянні значень показників аналізованих товарів з товарами, прийнятими в якості базових[20, с.142]. Оцінка конкурентоспроможності товару включає наступні види робіт:

- 1) вивчення ринку (спеціалізація, географічне положення, місткість ринку);
- 2) дослідження конкурентів (основні конкуренти, торгові марки, особливості та види їх товарів, особливості упаковки товарів, форми і методи збутової діяльності, рекламні матеріали конкурентів);
- 3) вивчення потреб покупця (типові напрямки і способи використання товару покупцями, мотиви покупки даного товару, чинники формування купівельних переваг, незадоволені потреби товарами даного виду);
- 4) визначення параметрів оцінки товару (технічні, економічні та ін.). На основі вивчення ринку і вимог покупців вибирається продукція, аналіз якої буде проводитися або формулюються вимоги до майбутнього товару, і далі визначається перелік параметрів, що підлягають оцінці;
- 5) систематизація показників конкурентоспроможності товарів;
- 6) визначення підходів до кількісної оцінки конкурентоспроможності товарів (вибір методу оцінки конкурентоспроможності).

Конкуентоспроможність товару на ринку визначається порівнянням його вартісних (враховується ціна придбання товару покупцем і вартість обслуговування в процесі використання або споживання) і споживчих характеристик з характеристиками товарів компаній-конкуентів, які сформувались ринковим попитом і умовами пропозиції товарів на ринку. Основним критерієм конкурентоспроможності товарів є ступінь задоволення ними реальних потреб[21, с.67].

При цьому для оцінки конкурентоспроможності використовуються непрямі критерії, які можна класифікувати за двома групами: споживчі і економічні. Споживчі критерії конкурентоспроможності представлені характеристиками якості.

Міжнародною організацією зі стандартизації ІСО прийнято наступне визначення якості: якість - сукупність характеристик об'єкта, що відносяться до його здатності задовольняти встановлені і передбачувані потреби. Якість товару - це ступінь досягнення встановленого технічного рівня при виробництві кожної одиниці товарної продукції. У вузькому розумінні якість товару визначається органолептичним методом (за допомогою органів почуттів), або лабораторними дослідженнями з використанням приладів, апаратів, реактивів і інших технічних засобів[22, с.64].

Якість продукції - цілісна сукупність її споживчих властивостей, що обумовлюють ступінь придатності даної продукції задовольняти певні потреби відповідно до її призначення в конкретних умовах споживання. Якість продукції є наслідком використаної сировини, технологій, стану обладнання, системи менеджменту якості і т.д. Критерії якості (або технічні параметри) товарів – це параметри потреби, які характеризують зміст цієї потреби і умови її задоволення. До них в першу чергу відносяться показники, представлені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Показники якості продукції

№ п / п	Найменування групи параметрів	Сутнісна характеристика	Окремі показники (Параметри)
1.	Призначення	Корисна робота, функціональні можливості	Продуктивність, потужність, міцність, вміст корисних речовин, калорійність тощо.
2.	Надійність, довговічність, безпека	Ступінь забезпечення довготривалості і безпеки використання	Безпека роботи, можливий термін використання, технічний ресурс, час безаварійної роботи, граничний термін зберігання
3.	Екологічність	Ступінь шкідливого впливу на здоров'я і навколишнє середовище	Токсичність, вміст шкідливих речовин, обсяг шкідливих викидів в навколишнє середовище в одиницю часу
4.	Ергономічність	Відповідність антропометричним, фізичним і психологічним вимогам споживачів	Легкість керування робочими елементами, можливість одночасного контролю експлуатаційних параметрів, рівень шуму, вібрації
5.	Естетичність	Естетичні властивості (дизайн) виробу	Виразність і оригінальність форми, кольорове оформлення, ступінь естетичності упаковки

Джерело: узагальнено за [23]

Для визначення якості продукту застосовують об'єктивний, органолептичний, диференційний і комплексний методи.

Об'єктивний метод полягає в оцінці рівня якості продукції за допомогою контрольних вимірів, стендових випробувань, лабораторного аналізу. Даний метод дає найбільш достовірні результати і застосовується для вимірювання абсолютного рівня якості засобів виробництва та деяких властивостей споживчих товарів[25, с.94].

Органолептичний метод оцінки ґрунтується на сприйманні властивостей продукту з допомогою органів почуттів людини (зір, слух, смак, нюх, дотик) без застосування технічних вимірювальних та реєстраційних засобів.

Диференціальний метод передбачає порівняння одиничних показників продукту з відповідними показниками продукту еталона або базовими показниками стандартів (технічних умов).

Комплексний метод оцінки рівня якості полягає у визначенні узагальнюючого показника якості оцінюваного продукту. Одним з таких може бути інтегральний показник, який визначається шляхом порівняння (ставленням) корисного ефекту від споживання (експлуатації) певного продукту і загальної ціни його споживання у вигляді величини витрат на його створення і використання. В окремих випадках для комплексної оцінки застосовують середньозважену арифметичну величину з використанням коефіцієнтів вагомості всіх розрахункових показників[26, с.134].

Економічними критеріями конкурентоспроможності товарів є ціна і система знижок. Ціна продукції є наслідком витрат на виробництво і реалізацію продукції. Для різних категорій споживачів і груп товарів конкурентоспроможність забезпечується різними групами цін: закупівельними, реалізаційними і роздрібними

Також при оцінці конкурентоспроможності в якості оціночних критеріїв можуть бути використані наступні показники (атрибути) якості:

- 1) прогресивність і новизна (відповідність останнім досягненням науки і техніки, моді і т.п.);
- 2) раціональне використання матеріальних, енергетичних та інших видів ресурсів;
- 3) патентно-правові (патентні чистота і захист);
- 4) стандартизація та уніфікація;
- 5) технологічність ремонту;
- 6) транспортабельність;
- 7) вторинне використання або утилізація (знищення);
- 8) післяпродажне обслуговування[27, с.221].

В процесі оцінки конкурентоспроможності товарів групи показників конкурентоспроможності можна класифікувати наступним чином:

1. Група показників, що відображають прогресивність комерційної ідеї товару: патентна чистота, кількість отриманих патентів, кількість потенційних споживачів, раціональність форми і ін.

2. Група технічних, економічних і комерційних показників, які характеризують якість продукту:

1) технічні показники: функціональне призначення (продуктивність, швидкість, обсяг оперативної пам'яті, швидкодія і т.п.), надійність (безвідмовність, довговічність, ремонтпридатність, збереженість);

2) економічні показники: питома витрата сировини і матеріалів, економічність енергоспоживання, трудових ресурсів і т.п. ;

3) комерційні показники: ціна товару на ринку, витрати на упаковку і зберігання, транспортування, поточні витрати споживача.

3. Група показників, що характеризують умови (підприємство) збуту: знижки з ціни при продажу продукції, сезонні знижки, функціональні знижки (на новий товар і ін.), кількість і структура оптових закупівельників, акцизи, наявність сертифікатів відповідності на продукцію, наявність і відкритість інформації про продукцію та ін.

4. Група показників, що характеризують умови експлуатації: умови монтажу, гарантійні зобов'язання, післягарантійне обслуговування та ін. Наприклад, такими показниками можуть бути: показники технологічності ремонту та обслуговування, трудомісткість ремонту, витрати на експлуатацію, коефіцієнт технологічності при утилізації та ін.

5. Група показників, що характеризують соціально психологічне сприйняття продукту споживачем, - це показники популярності торгової марки (бренду), кількості постійних покупців, репутації і екологічності продукції[28, с.55].

При оцінці конкурентоспроможності товару можуть використовуватися диференціальний, комплексний і змішаний методи, метод радара, експертний метод.

Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності (визначаються одиничні показники конкурентоспроможності) заснований на зіставленні окремих (поодиноких) значень показників якості досліджуваного товару і бази (стандарту) порівняння і встановлення їх співвідношення.

Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності дозволяє лише встановлювати рівень конкурентоспроможності по одному показнику. Незважаючи на можливість вибрати найкращий з точки зору покупців показник для оцінки конкурентоспроможності, товари, як правило, мають кілька показників, кожен з яких також може бути врахований споживачем при купівлі того чи іншого товару. Тому диференційний метод оцінки конкурентоспроможності як окремий самостійний метод застосовується зазвичай в двох випадках: коли в якості бази порівняння використовується ступінь задоволення потреби споживача і нормативно-технічні вимоги[29, с.58].

Для більш повної оцінки конкурентоспроможності товарів доцільно застосовувати комплексний метод, заснований на використанні комплексних (групових показників конкурентоспроможності або зведених індексів конкурентоспроможності), що складаються з сукупності диференціальних показників конкурентоспроможності товарів за тими чи іншими параметрами.

Інтегральний метод оцінки конкурентоспроможності товарів включає в себе сукупність комплексних показників, необхідних для врахування впливу на конкурентоспроможність товару комбінацій окремих факторів, у вигляді відношення або суми.

Змішаний метод оцінки конкурентоспроможності товарів є поєднанням диференціального і комплексного методів при однаковій базі порівняння. При змішаному методі оцінки конкурентоспроможності використовується частина показників, розрахованих диференціальним методом, і частина показників, розрахованих комплексним методом. При використанні змішаного методу оцінки конкурентоспроможності товарів найбільш важливі одиничні показники

розглядаються окремо, інші показники об'єднуються в групи, для яких визначається груповий показник.

Конкурентоспроможність методом радара визначається співвідношенням площі радара оцінюваного товару та площі радара товару-конкурента, побудованих всередині пелюсткової (радарної) діаграми по ряду показників, які є найбільш значущими з споживчої точки зору для даного товару[32, с.87].

Експертний метод оцінки конкурентоспроможності товару заснований на використанні досвіду і професійної інтуїції фахівців-експертів. Даний метод застосовується тоді, коли неможливо або проблематично застосування інших методів визначення параметрів продукції і подальшого розрахунку значень одиничних або комплексних показників.

Отже, для оцінки конкурентоспроможності використовуються непрямі критерії, які можна класифікувати за двома групами: споживчі і економічні. Споживчі критерії конкурентоспроможності представлені характеристиками якості. Для визначення якості продукту застосовують об'єктивний, органолептичний, диференційний і комплексний методи. Комплексний метод оцінки рівня якості полягає у визначенні узагальнюючого показника якості оцінюваного продукту.

Висновки до розділу 1

Отже, за результатами дослідження теоретичних аспектів розвитку конкурентоспроможності продукції підприємства можемо зробити наступні висновки.

Сутність конкурентоспроможності продукції тісно пов'язана з поняттям конкуренції. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність продукції -

це головний фактор успіху. Конкурентоспроможність продукції - це сукупність якісних і економічних характеристик виробу. Тобто конкурентоспроможність розглядається в двомірній площині, де головне місце займає виробництво продукції і її реалізація, без урахування психологічних особливостей споживача.

Конкурентоспроможність продукції передбачає оптимальне поєднання якості, ціни, дизайну і можливості післяпродажного обслуговування. У зв'язку з чим, одним з найважливіших показників конкурентоспроможності підприємства, особливо для виробника, є конкурентоспроможність його продукції.

Для оцінки конкурентоспроможності використовуються непрямі критерії, які можна класифікувати за двома групами: споживчі і економічні. Споживчі критерії конкурентоспроможності представлені характеристиками якості. Для визначення якості продукту застосовують об'єктивний, органолептичний, диференційний і комплексний методи. Комплексний метод оцінки рівня якості полягає у визначенні узагальнюючого показника якості оцінюваного продукту.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ ПРАТ "ЦЕППЕЛІН УКРАЇНА"

2.1. Дослідження галузевих чинників конкурентоспроможності підприємства

Ринок сільськогосподарського обладнання є важливою частиною функціонування економіки України. Даний ринок складається з різного машинного обладнання, що використовується у виконанні тих чи інших етапів виготовлення сільськогосподарської продукції. Зокрема, мова йде про такі види машин, як обладнання для очищення зерна, обладнання для сушіння зерна, трактора і міні-трактора, плуги, борони, сівалки.

Різні види обладнання для очищення та сушіння зерна використовують для підготовки зерна до посіву.

Устаткування для очищення зерна складається з сепараторів. Трактор - гусенична або колісна машина, що виконує сільськогосподарські роботи в агрегаті з причіпними, навісними або стаціонарними машинами (знаряддями). Міні-трактор - це функціонально той же трактор, але меншої потужності (до 40 кінських сил), здатний обробити ділянку площею до 40 га. Плуг - навісне, напівнавісне або причіпне обладнання, яке використовують для оранки щільною ґрунту[51].

Борони захищають ґрунт від висихання, вирівнюють її поверхню, руйнують ґрунтову кірку і знищують бур'яни. Можуть використовуватися як окремо, так і спільно з іншими сільськогосподарськими знаряддями (плугами, сівалками, культиваторами і ін.).

Сівалки призначені для засівання в ґрунт насіння або мінеральних добрив. Приводиться в дію за допомогою трактора.

На ринку сільськогосподарського обладнання існують такі проблеми:

1. Сільгоспобладнання вітчизняного виробництва є низькотехнологічним, тому, незважаючи на невисоку ціну щодо імпоротної продукції, на внутрішньому ринку українське обладнання поступається закордонному, що призводить до імпортозалежності ринку.

2. Так як імпортна техніка дорожче вітчизняної, значну частину закуповуваного устаткування становить стара техніка, а вона, відповідно, швидше виходить з ладу і вимагає заміни, швидше ніж нова.

3. Тіньова діяльність деяких сільськогосподарських підприємств (наприклад, закупівля уживаної техніки, яка не відображається в документації підприємств)[54].

На ринок сільськогосподарського обладнання впливають такі чинники:

1. Купівельна спроможність агропідприємств, яка формує фактичний попит на техніку.

2. Політика держави щодо сільгоспгалузі в цілому, яка виражається в регулюванні внутрішнього ринку і в лояльності до національних виробників (наприклад, підтримка національного виробника шляхом часткового компенсування вартості виготовленої українськими промисловцями техніки при покупці на внутрішньому ринку);

3. Економічний стан України. Протягом останніх чотирьох років з 2016 по 2019 рік реальний ВВП, один з найважливіших показників економічної ситуації в країні, стабільно зростає.

4. Інвестиційний клімат в країні. Згідно даних Європейської Бізнес Асоціації, в 2019 році індекс інвестиційної привабливості України перейшов з позитивної площини в негативну, що говорить про погіршення інвестиційного клімату в цей період.

5. Обсяги врожаю сільськогосподарських культур.

6. Площі земель, відведених для засіву.

7. Попит на сільськогосподарську продукцію як на внутрішньому, так і на світовому ринках[55].

8. Рівень інноваційності технологій виробництва сільськогосподарського обладнання.

9. Наявність / відсутність мораторію на продаж землі: можливість продавати землю робить українське сільське господарство привабливим для зарубіжних інвесторів, а значить, інвестори будуть закуповувати необхідне їм обладнання (як варіант, вироблене на внутрішньому ринку).

В Україні лише економічно потужні підприємства купують нову сільськогосподарську техніку, в той час як більшість підприємців віддають перевагу техніці б / у. На український ринок сільськогосподарського обладнання така техніка потрапляє в основному з Канади, США, Австралії, а також країн Західної Європи, в яких розвинений аграрний сектор. У цих країнах обладнання замінюється більш якісним і інноваційним, потрапляючи при цьому на вторинний ринок[57].

Ринок сільськогосподарського обладнання характеризується тим, що 2017 рік в Україні був успішним для галузі сільськогосподарського обладнання, причому мова йде саме про придбання нової техніки вітчизняного виробництва. В першу чергу, це пов'язують з впровадженням Програми підтримки сільського господарства, затвердженої 1 березня 2017 року, за якою уряд частково (40%) компенсує вартість сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва. Також високі показники покупок обладнання пояснюють відкладеним попитом у зв'язку з війною і економічною нестабільністю.

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі, якщо на початку реалізації програми компенсації на покупку сільськогосподарського обладнання було менше 800 найменувань техніки, за яку можна було отримати гроші, і програмою змогло скористатися всього 40 підприємств, то на серпень 2019 року учасників програми було вже майже 200, а список техніки становив близько 12,5 тисяч позицій[51].

Аналіз ринку сільськогосподарської техніки України свідчить про те, що обладнання вітчизняного виробництва поступається імпортному за рівнем технологічності, що сприяє зростанню закупівель сільгосптехніки за кордоном. Причому через дефіцит фінансових коштів у агропідприємств ввозиться багато вживаних агрегатів, надійність і термін служби яких значно менше, ніж у нових.

Порівнюючи з 2017 роком, в 2018 істотних змін в кількості обладнання на українському ринку не відбулося. І хоча були складності, пов'язані з неврожаєм попереднього року, продажі сільгосптехніки вдалося стабілізуватися. Країна, з якої імпортувалося найбільшу кількість обладнання, - незмінно Німеччина[55].

Ринок тракторів і комбайнів в Україні залежить від стану справ в сільськогосподарській галузі країни. Основними факторами впливу в даній сфері є:

- купівельна спроможність агропідприємств;

- державна політика підтримки сільського господарства;
- внутрішньоекономічна ситуація в країні, динаміка зміни ВВП;
- інвестиційний клімат;
- площа оброблюваних сільгоспземель;
- врожайність;
- кон'юнктура внутрішнього та міжнародного ринків сільськогосподарської продукції;
- стан ринку землі;
- якість вітчизняного виробництва сільгосптехніки[54].

Моніторинг ринку тракторів і комбайнів в Україні свідчить про існування стійкої тенденції зростання загальної посівної площі сільськогосподарських культур в нашій країні. Так, в 2020 році вона перевищила показник 2016- го на 9% [57].

Аналіз ринку тракторів і комбайнів в Україні від Pro-Consulting показує, що на ньому все ще домінує імпортна сільгосптехніка, хоча відсоток техніки вітчизняного виробництва за період 2016-2019 років зріс майже в два рази в грошовому вираженні - до 33%.

Таблиця 2.1

Частка техніки та обладнання вітчизняного виробництва у формуванні ринку сільськогосподарської техніки в АПК у 2016-2019 роках, млрд.грн.

Найменування	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік
Придбано всього с/г техніки, млрд.грн.	8,9	12,5	18,5	17,9
У тому числі вітчизняної, млрд.грн.	1,5	1,9	6	5,9
З них з частковою компенсацією вартості, млрд. грн.	-	0,8	4,4	5,8
Питома вага вітчизняної техніки у формуванні ринку с/г техніки та обладнання,%	16,8	15,2	32	33

Джерело:[57]

Фінансове становище більшості агропідприємств нашої країни таке, що тільки найпотужніші з них мають можливість купувати нову сільгосптехніку. Решта задовольняється вживаними тракторами і комбайнами з Китаю, США, Німеччини та інших країн.

Що стосується українських виробників, то вони випускають в основному потужні трактори від 150 к.с., які можна застосовувати лише у великих господарствах. Сектор малопотужної техніки повністю зайнятий імпортом.

Серед тенденцій розвитку, характерних для ринку тракторів і комбайнів в Україні можна виділити наступні:

- тотальне впровадження в сільгосптехніку комп'ютерних технологій;
- механічна і цифрова сумісність обладнання різних марок і призначення;
- розширення області та рівня взаємодії користувача і виробника.

Важливим елементом АПК є техніка. Український ринок характеризується невеликими обсягами внутрішнього виробництва і імпортоорієнтованістю. 2018 р більш 84% навісний сільськогосподарської техніки для тракторів малої потужності на українському ринку були іноземного виробництва. У 1 пол. 2019 року частка становила 90%.

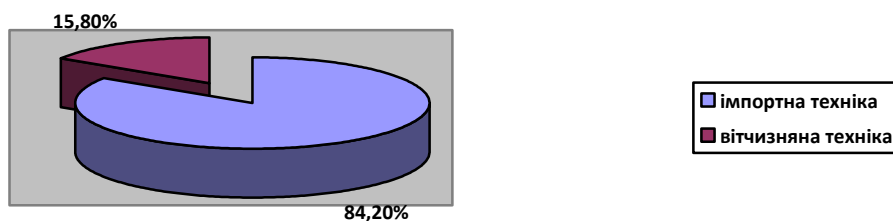


Рис.2.1. Структура ринку навісної сільськогосподарської техніки для тракторів малої потужності у 2019 році, %

Джерело: [54]

В цілому ринок навісної техніки для тракторів малої потужності розвивається, в 2019 р, так само як і в першій половині 2020 року ємність ринку показує зростання.

Фермерські підприємства і господарства населення, які займаються сільським господарством, купують техніку в залежності від потреби, фінансових можливостей, роду діяльності та площ.

У 2019 році в Україні діяло 49,2 тис. сільськогосподарських підприємств, що на 8% більше, в порівнянні з 2018 роком. Найбільше підприємств було зареєстровано в Одеській, Дніпропетровській і Миколаївській областях. У Київській та Рівненській областях спостерігається найбільше зростання кількості підприємств, тоді як в Донецькій і Одеській областях помітна тенденція до зниження[55].

У структурі сільськогосподарських підприємств, тільки 62% займалися обробкою землі. З них, найбільша частка - це підприємства, земельний фонд яких коливається від 10 до 50 га. Також, спостерігається тенденція до зниження кількості малих фермерських підприємств. Найбільше скоротилася кількість господарств, площа яких не більше 10 га.

Найбільший вплив у майбутньому на ринок навісної техніки для тракторів малої потужності можуть мати такі фактори як відкриття ринку землі, збільшення частки тіньового виробництва, а також процес консолідації землі.

Експерти оцінюють дефіцит тракторів в Україні на рівні 45%[51].

Зарубіжні виробники вважають таку ситуацію вигідною і сподіваються реалізувати в Україні великі інвестпроекти.

У сучасному агропромисловому комплексі України для досягнення кращих показників врожайності пшениці, кукурудзи та інших видів культур використовуються різні види техніки. Зернозбиральний комбайн займає лідируючі позиції серед інших видів сільськогосподарської техніки призначеної для збору врожаю. Їх перевагою є здатність виконувати функції жатки,

молотарки і віялки. Іншими словами комбайн здатний давати на виході вже очищені зерна різних сільськогосподарських культур.

Велика кількість моделей зернозбиральних комбайнів представлених сьогодні на ринку дає можливість підібрати відповідну техніку і великим агропромисловим холдингам, і порівняно невеликим фермерським господарствам. На величезних площах не обійтися без потужної сільгосптехніки, для невеликих полів відмінно підійде техніка для збору врожаю потужністю не більше 200 к.с.

При виборі зернозбирального комбайна, крім його потужності необхідно також враховувати тип молотильного апарату, обсяг зернового бункера і систему сепарації. Сучасні зернозбиральні комбайни мають три типи молотильного апарату: більний, штіфтовий і аксіально-роторний. Основна їх відмінність полягає в кількості зерна, яке йде разом з соломою. Найкращі показники у комбайнів з роторною молотаркою.

Явною перевагою за якістю роботи на полях нашої країни має зарубіжна сільськогосподарська техніка. Особливості в системах жатки і молотильних барабанів створюють передумови для кращого вимолоту і меншого травмування зерна, навіть на високорослих хлібах. Система контролю якості зерна, дозволяє комбайнеру, не виходячи з кабіни, спостерігати за процесом збору врожаю і вчасно його коригувати.

Практично кожен комбайн оснащений потужними освітлювальними прожекторами, що дає можливість працювати навіть у темний час доби. Жатки провідних зарубіжних виробників комбайнів мають можливість поперечного відхилення, що дає додаткові переваги в роботі. Клавішні соломотряси імпортованих зернозбиральних комбайнів створюють передумови для кращої вибірки зерна з соломи, що сприяє мінімізації втрат врожаю. Крім того, наявність сервісних центрів і пунктів де ви зможете придбати запчастини на сільгосптехніку, максимально убезпечать комбайн від простою під час жнив[51].

Умови роботи в комбайнах зарубіжних виробників, значно комфортніше, ніж у вітчизняних. Кожен комбайн оснащений кондиціонером, вентиляційною установкою, яка очищає надходить всередину кабіни повітря, електронним склоочисником і навіть термосом для питної води. Ці та інші переваги даної сільськогосподарської техніки, створюють передумови для більш продуктивної роботи. Значно зменшуються втрати зерна як в результаті не завжди сприятливих погодних умов, так і через втому комбайнера.

За даними агенції Agrisurvey, в 2010-2013 рр. в Україні спостерігалася тенденція зростання ринку сільськогосподарської техніки, яка, на жаль, в 2014 р не актуальна. Велика частина сільгоспвиробників приймають рішення про покупку техніки в залежності від поточної ситуації. Такі результати, а також той факт, що 20% аграріїв планують покупку техніки всього за 1-3 місяці до початку її експлуатації, кажуть про високий ступінь невизначеності на цьому ринку. Як результат, компанії-виробники техніки змушені завозити частина обладнання на склад, щоб не втратити своїх клієнтів і частку на ринку[54].

На динаміку продажів сільгосптехніки має вплив комплекс чинників, в тому числі військові дії, девальвація гривні, ймовірність введення мит на імпорт с / г обладнання і ціни на аграрну продукцію. З огляду на все перераховане вище, очікувати зростання продажів тракторів і комбайнів в цьому році не варто. Серед фермерів уже зараз спостерігається тенденція поступового перерозподілу часток ринку від малої до великої техніці. На прискорення такого перерозподілу може вплинути ситуація з землею - будуть чи ні вводити обмеження на зростання земельних банків[55].

Аграрії зараз віддають перевагу не дуже дорогій техніці для обробки землі. При цьому дорогі покупки (наприклад, нові комбайни) фермери поки відклали до кращих часів. Все більше уважніше компанії вивчають питання оренди техніки, а також ремонту існуючої. З року в рік керівництво Мінагропроду заявляє про амбітні плани щодо спільного виробництва сільгосптехніки в Україні. Заяви залишаються заявами. Планам випускати у нас

комбайни спільно зі світовими лідерами Claas і John Deere поки не судилося збутися. Під питанням також залишається і спільне виробництво в Україні білоруської сільгосптехніки.

Незважаючи на всю складність ситуації, вітчизняні виробники намагаються проявляти активність. ХТЗ, наприклад, декларує плани по збірці продукції в Євросоюзі. Завод також модернізує лінійку, вводячи в неї трактора для фермерів. Знаменитий "Херсонмаш", впровадив нову технологію фарбування і розробив нові пристосування і жатки для кукурудзи і соняшнику. А "Белоцерковмаш" вивів на ринок агрегат для внесення безводного аміаку. Українські аграрії в основному закупають трактора виробництва США, Білорусі та Німеччини. До 2012 р більша частина тракторів закуповувалася в Білорусі, однак починаючи з 2013 р пальму першості в цьому високо конкурентному сегменті зайняли американські моделі. На третьому місці Німеччина. Продажі з цієї країни дуже активно росли в 2010-2011 рр., А в 2013 р показали падіння. Схожа ситуація і в сегменті сільгоспмашин і обладнання. Ця техніка в Україну надходить в основному з США, Німеччини, Франції[57].

Домінуюче становище на ринку з часткою понад 50% займають Німеччина і США, поставки з яких у 2009-2013 рр. склали \$ 700 млн. і \$ 650 млн. відповідно. У 2018 році частка Німеччини в імпорті склала 29%, а частка США - 28%[57].

Рекордний обсяг імпорту сільгосптехніки - \$ 1,342 млн - був зафіксований ще в 2008 р, коли в Україні стабільно розвивалася економіка і були більш доступні позикові кошти. Другий за обсягами результат - \$ 1,144 млн - був досягнутий в 2017 р в умовах певної стабілізації економіки після тимчасової втрати частини територій і військових дій на Сході України[55].

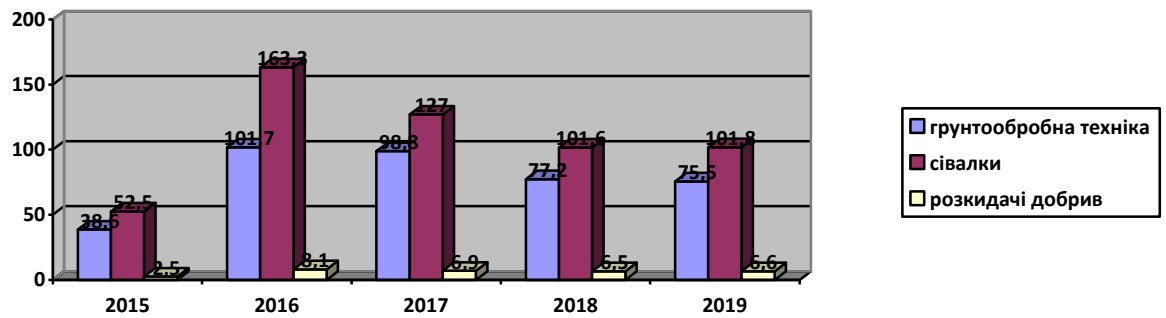


Рис.2.2.Імпорт сільськогосподарської техніки в Україну, млн..дол. США

Джерело:[58]

За останні 5 років в Україну завезли близько 400 тис. тракторів різних видів, різної потужності, включно з новими та б/у, а також з урахуванням мотоблоків, на загальну суму понад \$2 млрд. Найбільша кількість тракторів завозилась в період, починаючи з кінця зими до кінця квітня. Також варто відмітити, що в 2018 та 2019 роках активно закуповували трактори в осінній період. Частка б/у тракторів в загальній структурі імпортованих тракторів складала 4%[55].

Цікавим є той факт, що у вартісному виразі найбільший пік спостерігався у 2017 році, коли було імпортовано тракторів на суму \$493 млн. Це може вказувати на те, що в українському попиті на імпортні трактори відбувався певний зсув в якісній площині — від дорожчої до дешевшої техніки; або ж в площині силовій — від більш потужних до менш потужних.

В 2019 році більшість тракторів імпортувалися до України з Китаю — трохи більше ніж 81%, другою країною-експортером тракторів була Білорусь — 7.2% від загальної кількості імпортованої техніки або близько 2900 од. В трійку лідерів також входять США — 2.21% від загальної кількості імпортованої техніки (майже 900 од.). Інші ж країни в сукупності імпортують трохи менше 9.6% або 7000 од., до них належать такі країни, як: Японія, Велика Британія, Франція, Туреччина, Німеччина, Австрія та інші.[55]

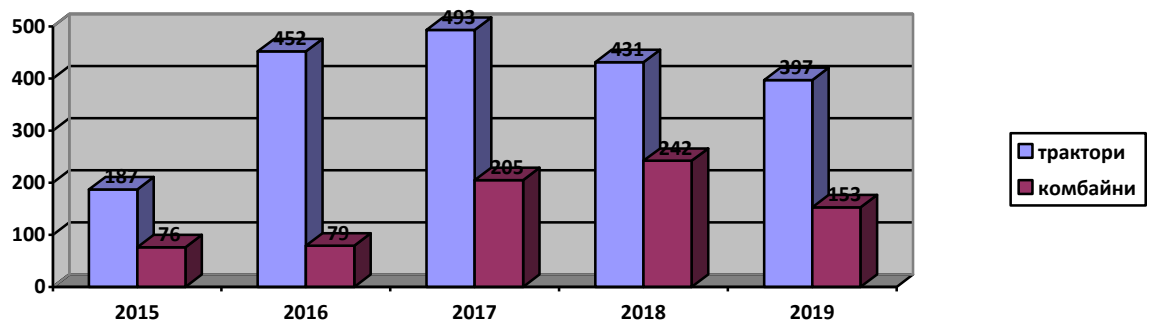


Рис.2.3.Обсяг імпорту тракторів та комбайнів в Україну, млн.. дол. США

Джерело:[58]

Протягом останніх 5 років Україною було імпортовано майже 13 тис. комбайнів, а також машин та механізмів для збирання й обмолоту сільськогосподарських культур, на суму близько \$1,5 млрд. Майже половина всіх імпортованих комбайнів, а саме 47% від загального імпорту, припадає на період з травня по липень. В цей період аграрії активно готуються до збору урожаїв, тому закупають усю необхідну техніку[58].

В 2019 році порівняно із 2018 роком імпорт комбайнів скоротився у вартісному виразі на \$89 млн, або на 37%. В кількісному виразі відбулося скорочення на 1,6 тис. од.

Останні два роки спостерігалось збільшення попиту на ринку комбайнів. І що саме цікаве, що частка б/у комбайнів становить 72%, що вказує на те, що більшість аграріїв надають перевагу вживаній техніці.

Незважаючи на всю складність політичної ситуації і падіння продажів, світові лідери з виробництва техніки дилерські і філіальні мережі не скорочують, і навіть навпаки. Займаються розвитком мереж в Україні такі гіганти, як John Deere та Case. Окремі компанії вирішили провести розпродаж стоків за фіксованим курсом. Для стимулювання попиту деякі виробники, наприклад, Manitou, пустили спільно з дилерами програму "Трейд-ін" для українського ринку. Всі разом ці процеси імітують життя ринку[51].

Серед основних фірм постачальників сільськогосподарської техніки відмітимо: компанію «Ерідон»(окрім постачання техніки, основним напрямом діяльності є насіння, добрива та засоби захисту рослин), група компаній «Техноторг», обсяг імпорту с/г техніки у 2019 році склав 40,62 млн.дол. США. Агротех –обсяг імпорту 19,64 млн.дол. США[55].

«Агротек» працює на українському ринку сільськогосподарської техніки вже майже 15 років. Компанія є офіційним дилером продукції John Deere в Україні. У 2014 році на її частку довелося 42% поставок техніки John Deere і 53% оригінальних запасних частин. «Агротек» входить в топ-5 доларів John Deere в світі за обсягом післяпродажного сервісу. Дилерські центри «Агротек» розташовані в Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Херсонській, Харківській і Полтавській областях. Компанія відкрила сервісні центри в усіх регіонах України. «Агротек» також продає техніку Rabe, жатки Geringhoff, сільськогосподарські та індустріальні шини Firestone, Michelin, Kormoran, займається комплексними поставками і обслуговуванням зрошувальних систем OTECH. За останні три роки компанія стала дилером №1 французького виробника шин Michelin в Україні.[58]

Компанія «Агротехсоюз» (обсяг імпорту 14,8 млн.дол. США) була заснована майже 20 років тому як центр по сервісному обслуговуванню і постачання запасних частин до сільськогосподарської техніки німецької фірми Claas. Сьогодні компанія є офіційним дилером провідних світових виробників сільгосптехніки, таких як Claas, Lemken, Rauch, Horsch, Fliegl, Valley, Maternmass і Mazzotti. «Агротехсоюз» також продає в Україні системи GPS-навігації та точного землеробства. Компанія відкрила мережу філій в п'яти регіонах України. У 2011 році вона підписала угоду з «Райффайзен Лізинг Аваль» про спільне пільговому фінансуванні сільськогосподарської техніки. В результаті аграрії можуть отримувати імпортовану сільгосптехніку під знижені відсотки (від 4%). У 2014-му до цієї спільної лізингової програми приєднався концерн Claas.[58]

«Titan Machinery Україна»(обсяг імпорту 12,98 млн. дол. США) - це дочірнє підприємство міжнародної американської компанії Titan Machinery, яка володіє мережею дилерських центрів в США (105 представництв) і Європі (15 відділень). В Україні Titan Machinery є офіційним дилером техніки CNH (бренди Case і New Holland), в тому числі тракторів, комбайнів, жаток, обприскувачів, сівалок. Компанія також імпортує в Україну системи точного землеробства. У «Titan Machinery Україна» два сервісних центри в Київській області і один - у Вінниці. Центральна виставкові зали сільгосптехніки компанії розташована в Києві. Щорічно дилер обслуговує близько 1000 одиниць сільгосптехніки. У грудні минулого року компанія відкрила новий дилерський центр в Білій Церкві (Київська область). При проектуванні своїх центрів вона використовує принцип трьох S: Sales, Spare parts, Service. Тобто під одним дахом знаходяться виставкові зали, склад запчастин і ремонтна майстерня.[58]

«Цепелін Україна» - ексклюзивний офіційний дилер компанії Caterpillar. Цей найбільший виробник будівельної та гірничодобувної техніки, газотурбінних і дизельних двигунів, промислових газових турбін входить до німецької групи Zepelin. Група займається продажем і сервісним обслуговуванням будівельних і сільськогосподарських машин, орендою і лізингом будівельного обладнання, виробництвом двигунів. Zepelin працює в 20 країнах. У 2014 році її оборот склав 2,3 млрд євро. У той же час обсяги продажів будівельної техніки в СНД в 2014-му компанія скоротила на 24%. Однією з причин падіння став конфлікт між Україною і Росією, девальвація гривні і рубля. Сучасна техніка для будівництва і гірничодобувного сектора, що випускається компанією Caterpillar, оснащується високотехнологічним обладнанням, яке забезпечує збір і передачу докладних даних про роботу кожної машини. Завдяки цьому у власників обладнання Cat завжди є інформація і можливість контролювати роботу всього парку техніки. В Україні німецька група відкрила 12 філій, створила мережу сервісних центрів і пунктів торгівлі запасними частинами, а також навчальний центр. У 2015 році «Цепелін

Україна» розширила лінійку брендів агропромислової техніки, додавши в неї Rabe, Krampe, Capello.[56]

Отже, розвиток аграрного ринку в Україні неможливо без впровадження передових технологій, які передбачають використання сучасної сільськогосподарської техніки. Незважаючи ні на що, світові виробники сільгосптехніки вважають український ринок одним з найперспективніших в Європі, і йти звідси не збираються.

2.2. Аналіз впливу внутрішніх чинників на конкурентоспроможність підприємства

Компанія «Цеппелін Україна» почала свою діяльність в 1996 році та є частиною великої міжнародної мережі компаній, що займається поставками промислової, сільськогосподарської та будівельної техніки. ZEPPELIN GmbH - німецький промисловий концерн, представлений в 20-ти країнах по всьому світу у сфері дилерства та виробництва.

На даний момент штат корпорації становить більше 10000 працівників.

У асортименті компанії - обладнання цілого ряду всесвітньо визнаних брендів, лідерів ринку сільськогосподарської техніки: Fendt, Valtra, Caterpillar, SEM, Bourgault, Verthoud, Cappello та інших брендів.[56]

Центральний офіс компанії знаходиться в Києві, також активно розвиває мережу офісів по всій країні. Відкрито 12 філій, створено мережу сервісних центрів, пунктів торгівлі запасними частинами, а також навчальний центр. За рівнем кваліфікації сервісного обслуговування компанія здійснює постійний контроль, організовуючи навчання сервіс-інженерів у власному навчальному центрі, який знаходиться в Одесі а також в компаніях-постачальниках обладнання.

Компанія проводить продаж наступних позицій:

- Техніка для передпосівної обробки ґрунту - плуги, борони, луцильники.

- Техніка для посівних і посадочних робіт - сівалки загального призначення і точного висіву, машини для посадки розсади і картоплі.
- Устаткування для поливу і зрошення - дощувальні і поливні машини.
- Розподільники, розкидачі.
- Збиральна техніка - косарки, жнивварки, комбайни.
- Техніка для тваринництва - переробка кормових культур, догляду за тваринами.
- Машини для меліоративних робіт.
- Допоміжна техніка.[56]

Основними партнерами ПрАТ «Цеппелін Україна є: «AGCO», «BOURGAULT», «GREGOIRE BESSON», «BERTHOUD», «RABE», «CAPELLO», «KRAMPE» т а ін.[56]

В табл.2.2 розглянемо основні фінансові результати діяльності ПрАТ «Цеппелін Україна» за 2017-2019 роки.

Таблиця 2.2

Динаміка фінансових результатів ПрАТ «Цеппелін Україна» за 2017-2019 роки, тис.грн.

Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Темп росту 2019/2017 р.,%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1106496	1193407	1179993	6,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	833537	823182	823119	-1,3
Валовий: прибуток	272959	370225	356874	30,7
Інші операційні доходи	5695	25360	32370	468,4
Адміністративні витрати	64524	75918	84981	31,7
Витрати на збут	18928	51469	62525	230,3
Інші операційні витрати	32710	30095	35180	7,6
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	162492	238103	206558	27,2
Дохід від участі в капіталі	34	0	0	-
Інші фінансові доходи	2034	6341	9889	386,2
Інші доходи	3213	4698	1167	-63,7
Фінансові витрати	16445	18144	6923	-57,9

Втрати від участі в капіталі	0	59	41	-
Інші витрати	60300	63084	49015	-18,8
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	91028	167855	161635	77,5
Витрати (дохід) з податку на прибуток	22918	30036	31859	39,0
Чистий фінансовий результат: прибуток	68110	137819	129776	90,5

Джерело: складено за інформацією компанії

Аналізуючи дані таблиці 2.2 можна відмітити що, за останні три роки позитивну динаміку мав результат від операційної діяльності ПрАТ «Цеппелін Україна» на 27,2% та обсяг чистого прибутку на 90,5%. На позитивну динаміку обсягу чистого прибутку мало значний вплив суттєве зменшення статті «фінансові витрати», загалом на 57,9% за аналізований період.

Для повної оцінки фінансового стану ПрАТ «Цеппелін Україна» необхідно провести експрес-аналіз основних показників, що характеризують ліквідність, платоспроможність і фінансову стійкість підприємства (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Динаміка показників ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості ПрАТ «Цеппелін Україна» за 2017-2019 роки

Показники	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Приріст 2019/2017 р,+/-	Норматив
Коефіцієнт загальної ліквідності	4,7	2,17	2,97	-1,73	2.0-2.5
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,52	0,28	0,32	-0,2	0.2-0.25
Коефіцієнт термінової ліквідності	1,8	0,66	1,11	-0,69	Більше 1
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,45	0,3	0,38	-0,07	>0.5
Коефіцієнт фінансової залежності	0,54	0,66	0,72	0,18	<0.5
Коефіцієнт фінансування (або фінансового ризику)	0,86	0,52	0,39	-0,47	<1.0 зменшення
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,79	0,54	0,66	-0,13	>0,1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,94	1,18	1,27	0,33	>0, збільшення

Джерело: складено за інформацією компанії

Аналізуючи розраховані показники ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості ПрАТ «Цеппелін Україна» за 2017-2019 роки необхідно відмітити що, всі показники знаходяться в межах нормативу не зважаючи на зменшення деяких показників, тобто, досліджуване підприємство досить ефективно використовує фінансовий потенціал і є ліквідним та платоспроможним з нормальною фінансовою стійкістю.

В таблиці 2.4 проаналізуємо ефективність діяльності ПрАТ «Цеппелін Україна» за 2017-2019 роки.

Таблиця 2.4

**Динаміка показників рентабельності ПрАТ «Цеппелін Україна» за
2017-2019 роки**

Показники	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Зміна 2019/2017 р Абс,+/-
Рентабельність продажів	24,6	31,0	30,2	5,6
Рентабельність продукції	32,7	45	43,3	10,6
Рентабельність операційної діяльності	14,7	19,9	17,5	2,8
Рентабельність сукупного капіталу	5,0	10,4	9,3	4,3
Рентабельність власного капіталу	9,3	15,8	12,9	3,6
Рентабельність інвестованого капіталу	10,8	40,5	49	38,2

Джерело: розраховано за даними компанії

Аналізуючи динаміку показників рентабельності ПрАТ «Цеппелін Україна» за 2017-2019 роки відмітимо, що не зважаючи на від'ємну динаміку показників рентабельності діяльність досліджуваного підприємства є досить прибутковою. Так рентабельність операційної діяльності відмічена у 2017 році – 14,7%, у 2019 році рентабельність операційної діяльності склала 17,5%.

З перших днів своєї діяльності ПрАТ «Цеппелін Україна» розглядає інтереси бізнесу в нерозривному зв'язку з його соціальними і етичними аспектами, розуміючи, що головним джерелом і запорукою її успіху є співробітники компанії.

Принципи роботи ПрАТ «Цеппелін Україна»:

1. Створення сприятливих умов праці і турбота про життя, здоров'я, благополуччя співробітників.

2. Справедлива мотивація, що забезпечує гідну матеріальну винагороду за свою працю.

3. Навчання і розвиток персоналу, як основи підвищення професійної майстерності і реалізації потенціалу кожного співробітника.

4. Створення умов для повноцінного відпочинку і розвитку співробітників і членів їх сімей у позаробочий час.

5. Формування серед співробітників загальної корпоративної культури і почуття прихильності інтересам компанії.

6. Скорочення негативного впливу виробничої діяльності компанії на навколишнє середовище.

7. Чесні конструктивні відносини зі споживачами, постачальниками та підрядниками.

8. Забезпечення суворого дотримання законодавства.

Здійснюється навчання фахівців для роботи на новому обладнанні.

В системі внутрішньозаводського навчання в якості викладачів теоретичного навчання та інструкторів виробничого навчання задіяно понад 30 висококваліфікованих працівників підприємства. Навчання проводиться в групах та індивідуально за робітничими професіями.

У 2019 році відбулися невеликі зміни в кадровій структурі ПрАТ «Цеппелін Україна». З метою підвищення ефективності управління та забезпечення більш якісного розподілу виробничих потужностей відбулось вивільнення співробітників – на 5,6% порівняно з 2018 роком (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Динаміка чисельності персоналу та його розподіл за ступенем зайнятості в ПрАТ «Цеппелін Україна», осіб

Показники	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Темп приросту, % 2019/2017 рр.
Чисельність персоналу	180	180	170	5,56

Розподіл за ступенем зайнятості:				
З повним робочим днем	178	178	168	5,56
З неповним робочим днем	2	2	2	0

Джерело: складено за інформацією компанії

Виходячи з даних таблиці 2.5 за аналізований період 2017-2019 роки зменшилась чисельність персоналу на 5,6%, за ступенем зайнятості негативна динаміка склала: по зайнятості з повним робочим днем 5,6%, з неповним робочим днем 0%. Тобто, основний персонал працює повний робочий день.

Проаналізовано склад персоналу ПрАТ «Цеппелін Україна» за віком (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Оцінка персоналу ПрАТ «Цеппелін Україна» за віком, осіб

Показники	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Приріст, +- 2019/2017 рр.
За віком:				
18-34 роки	49	49	50	1
35-49 років	81	81	79	-2
50-54 роки	38	38	27	-11
Більше 55 років	12	12	14	2
Всього чисельність персоналу	180	180	170	-10

Джерело: складено за інформацією компанії

За аналізований період чисельність персоналу віком 18-34 роки збільшилась на 1 особу, 35-49 років – зменшилась на 2 особи, 50-54 роки – зменшилась на 11 осіб, більше 55 років – збільшилась на 2 особи. За вікової структурою найбільш чисельним є персонал віком 35-49 років, його частка в загальній структурі 46,5%.

Наочно динаміку розподілу персоналу ПрАТ «Цеппелін Україна» за віком зображено на рис. 2.4.

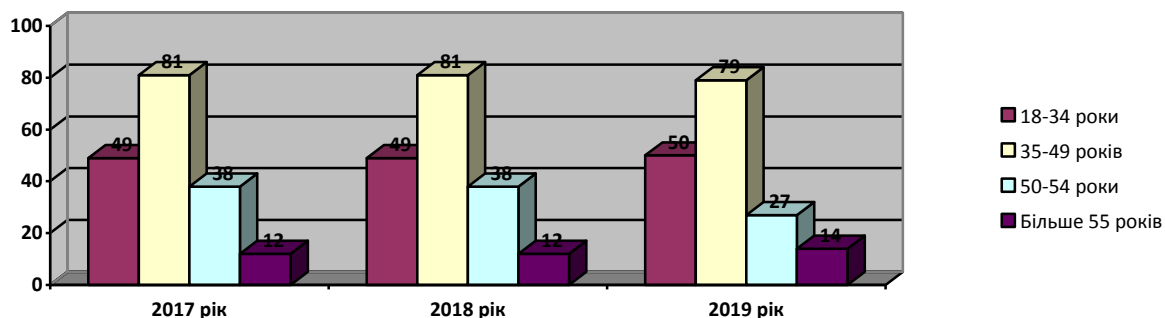


Рис. 2.4. Розподіл персоналу ПрАТ «Цеппелін Україна» за віком, осіб

Джерело: складено за інформацією компанії

Аналізуючи інформацію, наведену вище, можна стверджувати, що на підприємстві переважає персонал віком 35-49 років.

В таблиці 2.7 визначено розподіл персоналу ПрАТ «Цеппелін Україна» за рівнем освіти та посадами.

Таблиця 2.7

Характеристика персоналу ПрАТ «Цеппелін Україна» за рівнем освіти, осіб

Показники	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Приріст, +/- 2019/2017 рр.
Рівень освіти				
Вища	36	38	33	-3
Середня спеціальна	88	90	91	+3
Середня	56	52	46	-10
Кадровий склад				
Керівники	10	10	8	-2
Спеціалісти	28	28	24	-4
Робітники	142	142	138	-4

Джерело: складено за інформацією компанії

Частка персоналу з вищою освітою у ПрАТ «Цеппелін Україна» складає в середньому 27%, за аналізований період чисельність персоналу з вищою освітою зменшилась на 3 особи з середньою спеціальною – збільшилась на 3 особи, з середньою – зменшилась на 10 осіб. При цьому, найбільш чисельною є персонал з середньою спеціальною освітою.

У кадровому складі досліджуваного підприємства переважають робітники. їх частка складає 81,2%, частка керівного складу складає 4,7%. При цьому, у 2019 році проти 2018 року зменшилась чисельність керівного складу на 2 особи, спеціалістів на 4 особи та робітників на 4 особи.

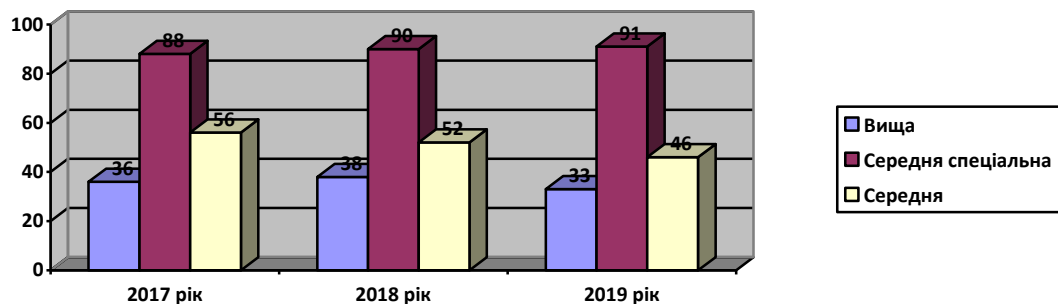


Рис. 2.5. Динаміка персоналу ПрАТ «Цеппелін Україна» за рівнем освіти, осіб

Джерело: складено за інформацією компанії

Як бачимо на рис.2.5 на досліджуваному підприємстві переважає персонал з середньою спеціальною освітою.

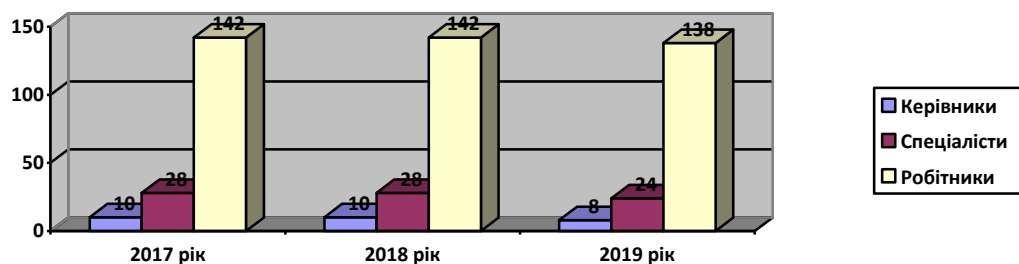


Рис. 2.6. Динаміка кадрового складу персоналу ПрАТ «Цеппелін Україна» за 2017-2019 роки, осіб

Джерело: складено за інформацією компанії

На ПрАТ «Цеппелін Україна» постійно проводиться навчання персоналу (див. табл. 2.8).

Середня тривалість навчання фахівця складає 16 годин. Усі співробітники підприємства (незалежно від статі, посади чи функціоналу) мають право і претендують на проходження навчання всередині чи поза межами підприємства.

Таблиця 2.8

Навчання персоналу ПрАТ «Цеппелін Україна», осіб

Професійне навчання	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Приріст, +/- 2019/2017 рр.
перепідготовка, спеціалізація (індивідуальне навчання)	9	3	11	2
підвищення кваліфікації робочих	61	56	68	7
підвищення кваліфікації керівників та фахівців	61	55	55	-6
Лабораторно- екзаменаційна сесія	1	6	3	0

Джерело: складено за інформацією компанії

Проведемо STEP - аналіз досліджуваного підприємства, для чого проаналізуємо вплив чотирьох факторів на діяльність ПрАТ «Цеппелін Україна», зокрема: економічних, політичних, технологічних та соціальних.

Таблиця 2.9

STEP - аналіз ПрАТ «Цеппелін Україна

Група факторів	Фактор	Вплив на діяльність підприємства	Можливі заходи щодо зменшення впливу
1	2	3	4
1.Економічні	Загроза інфляції, грошової емісії	Знецінення грошових накопичень підприємства	Проведення фінансових операцій зберігаючих купівельну спроможність грошових коштів
1.1.Девальвація національної грошової валюти	Труднощі з отриманням довгострокових кредитів для розвитку бізнесу	Скорочення меж бізнесу з віддаленими результатами віддачі	Розробка короткострокових проектів
1.2.Зменшення виробництва	Подорожчання ресурсів. Банкротство постачальників та споживачів	Стимулювання постачання в кредит	Мотивація попередньої оплати споживачами

Продовження таблиці 2.9

1	2	3	4
1.3.Збільшення безробіття	Здешевлення робочої сили, вивільнення працівників	Формування раціональної кадрової структури	Мотивація кваліфікованого персоналу
2.Політичні	Зміна керівництва на державному рівні	Розрив партнерських відносин з країнами – партнерами	Страхування від політичних ризиків
2.1.Зниження стабільності в суспільстві	Збільшення ймовірності соціальних потрясінь	Зміна законодавства	Використання інших напрямів діяльності
2.2.Прояв в органах державної влади лобі від політичних партій	Вплив політичного лобі на конкуренцію	Посилення конкуренції	Ціновий демпінг
3.Технологічні	Впровадження досягнень науки у виробництво	Поява нових технологій	Додаткові інвестиції у новітні розробки
3.1.Автоматизація	Скорочення витрат на виробництво	Конкуренція за ціною продукції	Впровадження новітніх технологій
3.2.Комп'ютеризація	Удосконалення виробництва	Конкуренція за якістю послуг	Використання сучасних ІТ технологій
4.Соціальні	Збільшення мобільності населення	Збільшення плинності персоналу	Удосконалення системи стимулювання праці
4.1.Зниження реальних доходів населення	Зниження купівельної спроможності населення	Зменшення обсягів реалізації	Розширення продуктової лінійки
4.2.Зниження рівня освіти	Зниження трудової дисципліни та виникнення конфліктів	Проблеми кваліфікації персоналу при освоєнні нових технологій.	Перекваліфікація кадрів

Джерело: власна розробка

Вплив економічних зовнішніх факторів на діяльність досліджуваного підприємства може проявитись у формі інфляції, зменшення виробництва, збільшення рівня безробіття, що може позначитись на знеціненні грошових накопичень підприємства, скорочення бізнесу з довгостроковою віддачею, вимушеному постачанню продукції в кредит. В даному випадку можливими заходами щодо нейтралізації впливу економічного фактору на діяльність

підприємства може бути проведення фінансових операцій зберігаючи купівельну спроможність грошових коштів(інвестиції у виробництво), розробка короткострокових проектів, стимуляція попередньої оплати споживачами(акції, дисконтні знижки, бонуси).

Політичний фактор може вплинути на діяльність ПрАТ «Цеппелін Україна» як зміна керівництва як на державному так і на місцевому рівнях, політичне лобювання конкурентів що, відповідно, змусить розірвати партнерські відносини з іншими країнами(наприклад, з Францією), зміна законодавчих актів вплине на регулювання господарської діяльності, посилить конкуренцію. Можливими заходами щодо зменшення впливу політичного фактору може бути страхування від політичних ризиків, переорієнтація на інші види діяльності, ціновий демпінг щодо конкурентів.

Вплив технологічного фактору на діяльність ПрАТ «Цеппелін Україна» може бути зумовлено появою нових технологій, які зумовлять підвищення якості продукції та зменшення витрат на виробництво. Можливим заходами щодо зменшення впливу технологічного фактору на діяльність досліджуваного підприємства може бути інвестування у новітні технології.

Соціальний фактор може проявитися у збільшенні мобільності населення, що в свою чергу вплине на плинність кадрів на підприємстві, зниження купівельної спроможності зумовить зменшення обсягів реалізації, зниження трудової дисципліни вплине на кваліфікацію персоналу при освоєнні нового обладнання. Можливими заходами щодо нейтралізації соціального фактору на діяльність досліджуваного підприємства може бути удосконалення системи стимулювання персоналу, перекваліфікація кадрів та розширення продуктової лінійки.

Визначивши перелік факторів та їх вплив на діяльність досліджуваного підприємства оцінимо значимість кожного фактору для ПрАТ «Цеппелін Україна» шляхом присвоєння йому певного значення від одиниці до нуля в загальній сумі -1. Надамо оцінку ступеня впливу кожного фактору на стратегію

досліджуваного підприємства по 5 бальній шкалі: 5-максимальний вплив, 1 – відсутність впливу. Результати аналізу зовнішніх факторів на ПрАТ «Цеппелін Україна» наведено в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

**Розрахунок впливу зовнішніх стратегічних факторів на ПрАТ
«Цеппелін Україна»**

Фактори	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
Економічні	0,3	3	0,9
Політичні	0,2	2	0,4
Технологічні	0,4	3	1,2
Соціальні	0,1	1	0,1
Разом	1,0	-	2,6

Джерело: власна розробка

Як бачимо з отриманих даних в таблиці 2.10 найбільший вплив на діяльність ПрАТ «Цеппелін Україна» мають технологічні та економічні фактори. В той же час, отримана середньозважена оцінка 2,6 показує що реакція підприємства на стратегічні фактори зовнішнього середовища перебуває на середньому рівні.

В таблиці 2.11 проаналізуємо вплив факторів внутрішнього середовища на діяльність ПрАТ «Цеппелін Україна».

Таблиця 2.11

**Розрахунок впливу факторів внутрішнього середовища на діяльність
ПрАТ «Цеппелін Україна»**

Фактори	Вплив фактору	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
1	2	3	4	5
1.Постачальники	Даний фактор має слабкий вплив, так як підприємство має довгострокові контракти	0,2	2	0,4
2.Конкуренти	Основними конкурентами є АТ Агротехсоюз та АМАКО Україна, які реалізують аналогічну техніку вв Україні. Вплив даного фактору є значним	0,5	5	2,5
3.Персонал	Висока плинність персоналу та низька кваліфікація суттєво впливає на імідж підприємства	0,6	5	3,0

Продовження таблиці 2.11

1	2	3	4	5
4. Керівництво	Підприємство є приватною власністю тому, керівництво зацікавлене у отриманні максимального прибутку та розширенні частки ринку	0,2	3	0,6
Разом	-	1	-	6,5

Джерело: власна розробка

Як бачимо з отриманих даних в таблиці 2.11, з внутрішніх факторів найбільший вплив на діяльність досліджуваного підприємства має персонал та конкуренти, загальна середньозважена оцінка впливу факторів внутрішнього середовища складає 6,5, що вказує на значний вплив внутрішніх факторів на діяльність досліджуваного підприємства.

В таблиці 2.12 проведемо SWOT – аналіз ПрАТ «Цеппелін Україна».

Таблиця 2.12

SWOT – аналіз ПрАТ «Цеппелін Україна»

Внутрішнє середовище	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Входить до великої німецької групи Цеппелін 2. Великий досвід роботи на ринку обладнання для сільського господарства. 3. Потужна матеріальна та конструкторська база. 4. Постійна клієнтська база 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Значна частка у реалізації використаної техніки 2. Слабка позиція у конкурентній боротьбі 3. Неefективний маркетинг 4. Високий рівень податків 5. Митні бар'єри 6. Слабке використання інноваційних технологій
Зовнішнє середовище	Можливості (O)	Загрози (T)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення обсягу реалізації нової техніки 2. Вдосконалення системи автоматизації, проектування та виробництва 3. Розробка власних антикризових заходів 4. Збільшення власних оборотних коштів для модернізації виробництва 5. Подовження гарантійного терміну обслуговування продукції 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока вартість кредитних ресурсів 2. Поява нових конкурентів 3. Зменшення пакету замовлень на наступний рік 4. Інфляційні очікування 5. Здороження ресурсів для виробництва 6. Поява нових конкурентів

Джерело: власна розробка

Як бачимо з таблиці 2.12, слабкими сторонами досліджуваного підприємства у внутрішньому середовищі є значна частка у реалізації використаного обладнання (у 2019 році 44,5%), слабка позиція у конкурентній боротьбі, адже підприємство за рейтингом імпортерів сільськогосподарської техніки в Україну займає лише 42 місце,

У зовнішньому середовищі ПрАТ «Цепелін Україна» основною загрозою є поява нових конкурентів які будуть пропонувати більш дешеві та якісні товари та зменшення обсягу замовлень у зв'язку з низькою платоспроможністю українських аграріїв.

Отже, ПрАТ «Цепелін Україна» займається поставками промислової, сільськогосподарської та будівельної техніки сільськогосподарської техніки: Fendt, Valtra, Caterpillar, SEM, Bourgault, Berthoud, Carrello та інших брендів. Має власну мережу сервісних центрів, пунктів торгівлі запасними частинами, а також навчальний центр. Досліджуване підприємство досить ефективно використовує фінансовий потенціал і є ліквідним та платоспроможним з нормальною фінансовою стійкістю.

2.3. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства

Як було нами зазначено вище, досліджувана компанія ПрАТ Цепелін Україна займається реалізацією нової та вживаної сільськогосподарської, будівельної та промислової техніки різних закордонних виробників(переважно німецьких).

ПрАТ «Цепелін Україна» гарантує високу якість реалізованої продукції, але, тим не менш, приділяє максимум уваги питанням післяпродажного обслуговування. В Україні функціонує 14 сервісів «Цепелін Україна» - цього цілком достатньо, щоб всі проблеми з технікою були вирішені в найкоротший термін. Велику роль відіграє і те, що всі центри сервісного обслуговування знаходяться неподалік від автомобільних парків клієнтів, що сприяє доступною і швидкою підтримки.

Довговічність техніки «Цепелін Україна» збільшується шляхом безрозбірної діагностики агрегатів, в основі якої - аналіз проб відпрацьованих масел. Своєчасна діагностика істотно мінімізує витрати на ремонт і забезпечує збільшення прибутковості виробництва.

Висококваліфіковані співробітники «Цепелін Україна» завжди готові надати допомогу у виборі та купівлі потрібних запчастин. Безперебійна поставка запасних деталей можлива за рахунок роботи шістнадцяти складів, розташованих на території України. В яких представлений широкий модельний ряд запасних частин - всього понад 10 000 найменувань.

В табл.2.13 наведемо перелік основних видів техніки яку реалізує ПрАТ «Цепелін Україна».

Таблиця 2.13

Основні види техніки, яку реалізує ПрАТ «Цепелін Україна»

Вид	Марка
Збиральна техніка	Збиральні комбайни марки Fendt. Жнивarki Capello
Трактори	Fendt, Valtra
Ґрунтообробна техніка	Культиватори, лушильники, котки, обладнання для внесення добрив марки Farnet. Культиватори, плуги, борони марки Gregoire-besson. Навісні розкидачі добрив Rabe
Посівна техніка	Сівалки точного висіву Fendt Модульні та просапні сівалки марки Farnet. Посівні комплекси, сівалки та бункери Bourgault
Оприскувачі	Apache, Berthoud
Причепи	Бункери –самоскиди KRAMPE
Кормо заготовча техніка	Прес –підбирачі Fendt Rotana
Навантажувачі	Телескопічні навантажувачі Caterpillar. Фронтальні навантажувачі SEM

Джерело: узагальнено за даними компанії

Розглянемо основні види сільськогосподарської техніки більш детально.

Зернозбиральні комбайни Fendt IDEAL. Це техніка, яка творить дива в ті надзвичайно короткі часові вікна, які видаються для збирання врожаю, забезпечуючи бездоганну якість та неперевершену надійність. Розумне рішення, яке дозволить вам вивести процес збирання врожаю на небачений

рівень завдяки найсучаснішим датчикам та інтелектуальним мережевим можливостям.

Fendt IDEAL був розроблений з чистого листа. Всі основні вузли цього новоствореного високопродуктивного комбайна були докорінно переглянуті. Задача була надзвичайно простою: цей комбайн мав бути ідеальним.

Комбайни Fendt IDEAL були розроблені всесвітніми дослідними та конструкторськими центрами компанії AGCO для збиральної техніки. Численні фермери та підрядники з усього світу дали свої відповіді на питання стосовно того, якими рисами має володіти комбайн, щоб збирання врожаю за його допомогою було ІДЕАЛЬНИМ. Саме врахування всіх побажань клієнтів, об'єднаний досвід наших конструкторів та можливість випробувати Fendt IDEAL впродовж цілого року у різних регіонах та у найскладніших робочих умовах зробили Fendt IDEAL найбільш сучасним та інноваційним комбайном на ринку[56].

Ходовий привід Fendt IDEAL включає випробуваний та перевірений редуктор, а також найновіший гідростатичний блок ходового приводу. Окрім забезпечення зручного та ефективного пересування одна з основних задач полягала в гарантуванні неперевершеної надійності. Ходовий привід встановлюється в передній частині переднього мосту, дістатися до нього можна без жодних перешкод. Гальма та механізм блокування диференціалу розміщені безпосередньо в корпусі трансмісії. Кожна модель оснащується блокуванням диференціалу в стандартній комплектації.

Компанія Capello проектує і випускає обладнання для збирання зернових культур вже майже півстоліття, є одним з лідерів галузі в Європі. Постійний аналіз проектів та регулярне оновлення засобів виробництва призводять до більш сучасних технічних рішень, які можуть дійсно полегшити роботу і зробити її більш продуктивною. Усі виробничі етапи здійснюються на підприємстві в Кунео - це близько 57 000 кв. метрів виробничих площ, офісних та складських приміщень, де близько 50 робочих зайняті випуском продукції із

суворим контролем якості - кукурудзозбиральних жниварок Quasar і жниварок суцільного зрізу для прибирання соняшника Helianthus. Сьогодні компанія Capello випускає повну серію кукурудзозбиральних жниварок і експортує їх по всьому світу.[56]

Лінійка сільгосптехніки Фендт включає в себе трактори самого широкого діапазону потужностей. Це обумовлено необхідністю виконання різноманітних операцій в сільському господарстві. Компанія Fendt випускає невеликі трактори для роботи на виноградниках, у садах і на овочевих плантаціях. Трактори загального призначення допоможуть в обробці ґрунту, проведенні посівної та збирання врожаю. Кожен трактор Fendt оснащений за останнім словом техніки і володіє винятковою надійністю. Простота експлуатації, високий рівень комфортабельності робочого місця оператора і універсальність тракторів цього виробника дозволяють використовувати техніку Фендт для проведення практично будь-яких сільськогосподарських заходів. Вдалі конструктивні рішення основних вузлів трактора зводять до мінімуму необхідність позапланового ремонту. Можна сміливо заявити, що ви забудете про інших виробників цієї техніки, якщо вирішите купити трактор Fendt.

Fendt Star Certified гарантія від заводу виробника доступна для вживаних тракторів Fendt, не старших 8 років і з напрацюванням не більше 8000 м/г.[56]

В табл.2.14 наведемо порівняльну характеристику тракторів компонування 4К4а високої потужності різних закордонних виробників.

Таблиця 2. 14

Основні технічні показники тракторів компонування 4К4а високої потужності

параметр	Case IH Magnum 310, 335	Fendt 933 Vario, 935 Vario	John Deere 8430, 8530	Massey Ferguson 8480	New Holland T8040, T8050	Valtra S280
впорскування палива	Електронний					
подача повітря	Наддувши з проміжним охолодженням					
Запас крутного моменту,%	40 ... 42	31 ... 35	40	30	42 ... 43	25
рівень викидів	Tier III					
Трансмісія, число передач вперед / назад, тип (штатно)	18/6 с перемиканням під навантаженням	Плавне	Плавне	Плавне	23/6 з перемиканням під навантаженням	40/40 синхронізований-ва + с перемиканням під навантаженням
Максимальна швидкість, км / год	50	60	42	53	50	40 (50 за замовленням)
ВВП задній, хв -1	1000 (540/1000 по замовленню)	540Е / 1000 (1000 за замовленням)	1000 (540/1000 за замовленням)	540/1000 (1000 за замовленням)	540/1000	1000
ВВП передній	1000 (540/1000 по замовленню)	540Е / 1000 (1000 за замовленням)	-	(1000 на замовлення)	1000	1000
Гальма передніх / задніх коліс	«Мокрі» дискові гідроуправляемие	«Мокрі» дискові пневмоуправляемие	«Мокрі» дискові гідроуправляемие			
Вантажопідйомність навісної системи задньої / передньої, кг	10 500/5400	11 800/5500	10 500/5100	10 500/3500 (5000 за замовленням)	10 500/4000	10 000/7000
Типорозмір шин попереду; ззаду	600/70 R30; 710/70 R42	600/65 R34; 710/70 R42	600/70 R30; 800/70 R38	600/70 R28; 650/85 R30	600/70 R30; 710/70 R42	600/70 R30; 650/85 R30
Підвіска переднього моста або передніх коліс	гідропневматичне					
Радіус повороту, м	4,85	6,4 ... 6,55	н. д.	5,7	4,51	н. д.
Рівень шуму в кабіні, дБ (А)	72	70	72	70	72	н. д.
Основні засоби автоматизації	Системи діагностики, CAN bus, автоматики разворотной смуги, електрогідравлічний регулятор задньої навісної системи, автоматичне регулювання двигуна					

Джерело:узагальнено автором

Відзначаючи в цілому високий рівень технічних показників всіх зазначених моделей тракторів схеми 4К4а (табл. 2.14), розглянемо основні особливості їх конструкцій.

Двигуни. На тракторах високої потужності застосовують 6-циліндрові рядні економічні дизелі Case IH, Sisu, John Deere та New Holland рідинного охолодження з турбонаддувом і охолодженням наддувочного повітря, чотирма клапанами на циліндр, зі зміненою паливною апаратурою з електронним уприскуванням палива під високим тиском. Ці двигуни відрізняють хороша прийомистість, великий запас крутного моменту (до 43%), що гарантує високі тягові зусилля при перевантаженні.

З впровадженням паливної системи Common Rail з'явилася можливість знизити викиди шкідливих речовин з відпрацьованими газами до рівня, передбаченого нормами Tier III (з 2006 г.) для двигунів потужністю понад 130 кВт (177 к.с.). Крім того, двигуни John Deere, Massey Ferguson та New Holland можуть працювати на двох автоматично перемикаються рівнях потужності: зниженому і підвищеному (до 25 к.с.) відповідно для тягових робіт або при відборі потужності на ВВП і транспортному режимі, а двигуни Sisu тракторів Fendt - ще і на альтернативних видах палива. Одночасно знижений питома витрата палива на економічних режимах до 143 ... 158 г / (л.с..ч) і витрата масла на чад, поліпшені зовнішні характеристики - протяжність «майданчика» постійного значення моменту збільшилася до 600 хв -1 .

Трансмісії. У тракторах Case IH, John Deere, New Holland та Valtra використовуються «мокрі» багатодискові муфти зчеплення з електрогідравлічним керуванням підвищеної зносостійкості.

Особливість потужних тракторів - обов'язкове застосування коробок передач з перемиканням під навантаженням без розриву потоку потужності або безступінчатих, що дозволяє виключити зупинки або істотне уповільнення трактора при виконанні робіт. Трактори Case IH, New Holland

та Valtra штатно комплектують автоматичними КП з перемиканням під навантаженням з новим вбудованим електронним обладнанням, а трактори John Deere, Fendt та Massey Ferguson - безступінчатими гідромеханічними КП з електронним управлінням двигуном і трансмісією, причому зчеплення на тракторах двох останніх фірм взагалі відсутній.

Задні незалежні вали відбору потужності (ВВП) цих тракторів служать для приводу активних робочих органів машин-знарядь і штатно виконуються відповідно одношвидкісними (Case IH, John Deere та Valtra - 1000 хв -1) або двошвидкісними (Fendt, Massey Ferguson та New Holland - 540 / 1000 хв -1), причому на тракторі Fendt частота обертання 540 хв -1 виконується «економічною», відповідаючи роботі двигуна при знижених оборотах і витраті палива. Трактори високої потужності оснащують і передніми ВВП: New Holland і Valtra - штатно (1000 хв -1); Case IH, Fendt та Massey Ferguson - на замовлення (теж 1000 хв -1), а трактори Fendt - ще й двошвидкісними (540/1000 хв -1).

Ходові системи. На тракторах високої потужності широко застосовуються системи автоматичного включення приводу переднього ведучого моста під навантаженням і електрогідравлічної блокування диференціала підвищеного тертя.

Щоб забезпечити постійний контакт передніх коліс з ґрунтом, знизити навантаження на остов і галопування при русі по нерівній місцевості на високій швидкості, трактори оснащують Гидропневматический підресореними передніми мостами (трактори Case IH, Massey Ferguson та Valtra) або незалежними підвісками безпосередньо передніх коліс (трактори Fendt і John Deere).

Щоб зменшити тиск на ґрунт і підвищити тягові показники, задні мости або одночасно передні і задні мости тракторів високої потужності на замовлення оснащують видовженими осями зі здвоєними колесами. На

замовлення їх можуть довантажувати додатковим баластом для досягнення оптимальної пробуксовки (не більше 8 ... 12%).

Гальма. У зв'язку із зростанням транспортних швидкостей трактори оснащують високонадійними «мокрими» дисковими гальмами з гідрокеруванням не тільки задніх, а й передніх коліс, а також штатно або на замовлення ще і пневмо- або гідроприводом для гальмівної системи причепів.

Гідронавісна системи. Як правило, всі трактори високої потужності штатно оснащують електрогідравлічними регуляторами задніх навісних систем з автоматичним силовим, позиційним і змішаним регулюванням глибини обробки ґрунту, що мають подвійні гідроциліндри і гасителі коливань важелів при транспортних переїздах. Такі регулятори додатково вдосконалені і забезпечені функціями для програмування послідовності виконання багатьох операцій (до 20), в тому числі висота / глибина знарядь, підняти-опустити, найбільша висота підйому навісних систем, тягові зусилля, плавність ходу, робота клапанів і антипробуксовочна систем, роботу яких рекомендується пов'язувати з роботою радарів, якими трактори, зокрема Case IH, Massey Ferguson, можуть оснащувати на замовлення.

Передні навісні системи меншою вантажопідйомності, ніж задні, можуть входити в список опцій. Гідросистеми з аксіально-поршневым гідронасосом забезпечують досить високий тиск (20 МПа). Максимальна вантажопідйомність задніх навісних систем зараз в основному близька до їх основній своїй масі. Для зручності агрегування вони повсюдно обладнуються гаками-захватами, причому управління ними на потужних тракторах дублюється виведенням пульта на крила задніх коліс.

Кабіни й зовнішня будова. Велика увага приділяється дизайну кабін, крил, капотів тракторів високої потужності - переважають м'які, закруглені форми, і при цьому зберігається традиційний стиль. Завдяки впровадженню

ефективних шумопоглинаючих матеріалів і конструкцій рівень шуму в кабінах тракторів знижений до 70 ... 72 дБ (А). Всі кабіни оснащуються ефективними опалювально-вентиляційними установками і мають вбудований захисний каркас. Штатно в кабіні тракторів Fendt, Massey Ferguson та New Holland встановлюють кондиціонер (на тракторах John Deere, Case IH і Valtra на замовлення), причому на тракторах двох останніх фірм - ще і системи клімат-контролю. Сидіння виконані регульованими і встановлені на пневмопідвіска, що усувають до 90% вертикальних коливань. Рульове колесо регулюється за кутом нахилу і висоті.

У кабінах помітно скоротилася кількість механічних приводів, стався масовий перехід на електронні системи з управлінням за допомогою кнопок і багатофункціональних джойстиків. Все ширше використовують багатофункціональні монітори і дисплеї на базі комп'ютерів для контролю і управління найважливішими вузлами і агрегатами.

Засоби автоматизації широко використовуються в конструкціях тракторів високої потужності, забезпечуючи функції:

- діагностики, т. е. безперервного моніторингу роботи вузлів і агрегатів, інформації оператора і автоматичної корекції їх налаштувань з подачею сигналу тривоги при виникненні несправностей;

- управління розворотом в кінці смуги з програмуванням повторюваних операцій (до 35 операцій), при цьому реєструється пройдена відстань, здійснюються розрахунки тривалості операцій, витрати палива та ін .;

- регулювання двигунів на оптимальний режим;

- управління навісним робочим обладнанням (по шині CAN) з обміном даними між трактором і обладнанням;

- автоматичного водіння по сигналам супутникових навігаційних систем (Fendt, John Deere та New Holland), збору та документування облікових даних, створення змінюваних карт робіт, аналізу врожайності

полів, пошуку можливостей і резервів поліпшення результатів робіт (Fendt і Massey Ferguson).

Незважаючи на досить високу ціну зарубіжних тракторів цього рівня потужності на вітчизняному ринку, вони тим не менш набувають все більшої популярності у сільських товаровиробників України, тим більше що трактори компонування 4К4а такої потужності у нас не виробляють, визначити яка з даних марок найкраща досить складно. у кожного є своя перевага.

У навчальному центрі прАТ «Цеппелін Україна» м. Одеса нами було проведено опитування покупців продукції компанії.

Критеріями оцінки сівалок наші експерти-практики вважають якість посіву, надійність, універсальність, адаптованість до українських реалій, співвідношення ціна-якість, а також організацію техобслуговування. Самою популярною серед українських аграріїв моделлю стала сівалка JD 1890 973BH John Deere; багато споживачів надають перевагу в степах України у NTA 3510 Great Plains і 3S4000HDF Great Plains. Компанію північно американських універсалів в технології ноу тілл потіснила південно американська TDNG 420 SEMEATO.

За підсумками опитування практиків і аналізу споживчої динаміки нам вдалося виділити кілька ключових тенденцій на ринку сівалок. По-перше, за кількісними показниками лідерство продовжують утримувати вітчизняні виробники. У нашому випадку - Кіровоградське ВАТ «Червона зірка». Її сівалки завойовують симпатии споживачів простотою конструкції і ціною. У сегменті широкозахватної техніки прямого посіву впевнено почуввається Дніпропетровський «Агро-Союз». Це підприємство, як і Київський машинобудівний завод «Тодак», працює в кооперації з провідними виробниками імпортової техніки. Впроваджують технічні новинки, які добре зарекомендували себе на світовому ринку, використовуючи можливість знизити собівартість продукту за рахунок внутрішніх резервів.

Таблиця 2.15

Порівняльні основні характеристики сівалок з точним висівом

Показники	John Deere	Great Plains	KINZE	BOURGAULT	Monosem
Робоча швидкість руху, км / год	8,09	7,75	6,75	8,4	9,5
Продуктивність за годину основного часу, га / год на 1 м ширини захвату	4,53	4,34	3,78	9,41	16
Глибина загортання насіння, мм: стандартне відхилення, мм	4,1	6,2	1,2	4,5	7,1
Число насіння забитих на задану глибину \pm 1 см, %	96	95,5	100	100	93
Розподіл рослин в рядку: стандартне відхилення, + -	2,3	17,4	9,4	11,8	12,4
Розподіл рослин в рядку: коефіцієнт варіації, %	8	54,7	61,4	63,5	47
Напрацювання на відмову, загальна, ч	81	75	75	70	70

Джерело: узагальнено автором

На думку експертів, затребуваність вітчизняної техніки поки пояснюється лише нижчою, порівняно з імпоротною технікою, ціною.

По-друге, явно зростає затребуваність сівалок, здатних працювати за сучасними ресурсозберігаючими технологіями.

По-третє, виявилось, що близько 70 відсотків імпортованих в останні 2 роки сівалок склали бувші у вживанні машини. Вікова вилка – від двох до 20 років.

По-четверте, намітився істотний «расовий» прорив. Так, в минулому році Україна закупила більше сотні сівалок точного висіву XINGTAI компанії Linyu Longda Trading Co, півтори сотні зернових сівалок SHANDONG (модель 2BXF), і навіть 150 ... «мотосівалок» компанії Qingdao Bondex Trade Service Co.Ltd, вироблених в Китаї.

Головною перевагою сучасної сівалки майже кожен з опитаних керівників називав надійність, на другому місці - якість посіву і тільки на третьому – співвідношення ціна-якість .. А в десятці найбажаніших брендів, згідно з думкою опитаних, виявилися наступні:

1. 1.John Deere
2. 2.Great Plains
3. KINZE
4. BOURGAULT
5. Monosem
6. AMAZONE
7. Massey Ferguson
8. KUHN
9. Vaderstad
- 10.Horsch

Обладнання для обробки землі виготовлене Gregoire-besson по праву вважається найкращою у світі ґрунтообробною технікою. Компанія націлена не тільки на випуск першокласних агрегатів, а й на удосконалення методів обробки ґрунту. Плуги, вироблені Gregoire-besson, відрізняються своєю надійністю і продуктивністю. Конструкція плуга дозволяє йому завжди залишатися в справному стані, навіть при роботі в інтенсивних умовах. Дисколапові борони цього виробника можуть провести підготовку всього за один прохід практично при будь-яких ґрунтових умовах. Щільвачі навіть з великою шириною захвату, компактні при транспортуванні, гарантують швидке і точне проведення передпосівної підготовки ґрунту навіть при найнесприятливіших польових умовах. Ефективна конструкція глибокорозпушувача цього виробника дозволить в найкоротші терміни провести обробку величезних площ. Техніці Gregoire-besson знайдеться місце для застосування і на порівняно невеликих полях фермерських господарств та на величезних площах агропромислових холдингів.

Сьогодні в асортимент продукції, що випускається під торговою маркою RABE, входять плуги, дискові і ротаційні борони, культиватори, розкидачі добрив і інша сільгосптехніка, включаючи повний спектр оригінальних запасних частин.

Основною перевагою, властивою сучасній техніці Rabe, є її неперевершена якість, про що свідчить дотримання на кожному етапі виробництва міжнародного стандарту якості ISO9001. Це, в поєднанні з постійним прагненням виробника підвищити ефективність і функціональність своєї техніки, робить продукцію Rabe одним з найбільш рентабельних і раціональних рішень на світовому ринку сільгосптехніки. Техніка RABE є наочним втіленням ідеального поєднання багаторічного досвіду у виробництві сільськогосподарських агрегатів з ефективним використанням інноваційних рішень і останніх технічних досягнень для вдосконалення продукції. Продукція, що випускається під торговою маркою Rabe техніка орієнтована на широкий спектр споживачів, тому виробник пропонує великий вибір техніки Rabe, серед якого знайдуться ефективні рішення і для великих агропромислових підприємств і для невеликих фермерських господарств. Завдяки цьому кожен фермер може легко вибрати і купити техніку Rabe, найбільш підходящу для масштабів його підприємства.

Організований компанією «Цепелін Україна», продаж навісних розкидачів добрив дозволяє фермерам і агропромисловим підприємствам знайти ефективне технічне рішення для механізації процесу внесення в ґрунт добрив. Без якісної підгодівлі ґрунт дуже швидко виснажується і втрачає свою родючість, в результаті чого про великий урожай доводиться тільки мріяти. Впровадивши в свою сільськогосподарську діяльність надійні навісні розкидачі добрив, фермери швидко повертають вкладені в придбання техніки кошти завдяки підвищенню врожайності, а значить і прибутковості підприємства.

Важливо знати, що інженери, які розробляли MOMENTUM, самі є фермерами. Сівалка створена для максимальної ефективності, точності та простоти використання. Значно зменшує потребу щоденного обслуговування

та автоматизує багато традиційних функцій оператора, результатом є збереження часу фермера та нервових клітин під час посівної кампанії.

Працювати з технологіями точного землеробства, це не лише правильний підбір дисків сошника та дозування. Велика частина успіху полягає в мінімізації обслуговування, та простоті використання сівалки. Що менше уваги ви приділяєте обслуговуванню вашої сівалки, то більше часу ви збережете та підвищите продуктивність роботи. Створена фермерами, сівалка MOMENTUM має різноманітні покращення, що важливі саме для агровиробників.

За допомогою вакуумного дозатора vSet Fendt MOMENTUM може висівати різноманітні типи насіння, такі як кукурудза, соняшник та соя на високій робочій швидкості. Дозування насіння Fendt MOMENTUM здійснюється з точністю до 99,5% і зменшує пропуски або двійники. Завдяки висіваючій трубі SpeedTube, Fendt MOMENTUM може висівати кукурудзу та сою зі швидкістю 16 км/год та вище. Витискаючи максимум в період коротких термінів для оптимального висіву.

Сівалку точного висіву також можна пристосувати для дрібнішого насіння, такого як канола, пшоно, пшениця та цукровий буряк, які також будуть мати високу якість дозування та точний висів. Електродвигун дозатору vDrive гарантує оптимальний висів і відстань між насінням навіть на поворотах, незалежно від типу насіння.

У процесі посіву розташовані в одну лінію тандемні колеса з плаваючою віссю, бездоганно пристосовується до рельєфу. Гнучка рама забезпечує, щоб кожна окрема висіваюча секція була в ідеальному положенні для розміщення насіння. Таким чином Fendt MOMENTUM може досягти рівномірного розміщення насіння. Для максимального копіювання рельєфу, гнучка рама розділена на три секції. Запатентовані датчики положення керують положенням гнучкої рами залежно від положення висіваючих секцій

відносно рами. Внаслідок чого рама також адаптується під час руху, легко пристосовуючись до горбистої місцевості.

Перевагами продукції ПрАТ «Цеппелін Україна» перед конкурентами є:

1. Найширший асортимент спеціальної техніки.
2. Висока якість спецтехніки. Кращою гарантією якості і оригінальності продукції «Цеппелін Україна» є ексклюзивне співробітництво з Caterpillar на Україні.
3. Підтримка і консультування замовників.
4. Професійне сервісне обслуговування і ремонт.
5. Можливість зворотного викупу техніки (Trade In), завдяки якій можна оновлювати автопарк своєї компанії кожні три-чотири роки, набуваючи новітнє обладнання на максимально вигідних умовах.
6. Широка географія.
7. Вигідні фінансові програми і спеціальні пропозиції. «Цепелін Україна» надає можливість покупки спецтехніки САТ в розстрочку або на умовах лізингу (фінансової оренди).

Отже, продукція ПрАТ «Цеппелін Україна» за конкурентоспроможністю не поступається найбільш відомим маркам таким як Джон Дір, Ватра, Касе. в той же час, кожна з цих марок має власну перевагу перед іншими виробниками. Для споживачів основними критеріями є якість, надійність, адаптивність та універсальність. В той же час, поліпшити якість продукції можна додатковим використанням технологій точного землеробства, які набули актуальності за кордоном. Завдяки використанню даної технології значно зменшуються ресурсовитрати, підвищується ефективність землеробства.

Висновки до розділу 2

Отже, за результатами проведеного дослідження оцінки конкурентоспроможності ПрАТ «Цеппелін Україна» можна зробити наступні висновки

Незважаючи на всю складність політичної ситуації і падіння продажів, світові лідери з виробництва техніки дилерські і філіальні мережі не скорочують, і навіть навпаки. Займаються розвитком мереж в Україні такі гіганти, як John Deere та Case. Розвиток аграрного ринку в Україні неможливо без впровадження передових технологій, які передбачають використання сучасної сільськогосподарської техніки. Незважаючи ні на що, світові виробники сільгосптехніки вважають український ринок одним з найперспективніших в Європі, і йти звідси не збираються.

ПрАТ «Цеппелін Україна» займається поставками промислової, сільськогосподарської та будівельної техніки сільськогосподарської техніки: Fendt, Valtra, Caterpillar, SEM, Bourgault, Berthoud, Cappello та інших брендів. Має власну мережу сервісних центрів, пунктів торгівлі запасними частинами, а також навчальний центр. Досліджуване підприємство досить ефективно використовує фінансовий потенціал і є ліквідним та платоспроможним з нормальною фінансовою стійкістю.

Продукція ПрАТ «Цеппелін Україна» за конкурентоспроможністю не поступається найбільш відомим маркам таким як John Deere, Ватра, Case. в той же час, кожна з цих марок має власну перевагу перед іншими виробниками. Для споживачів основними критеріями є якість, надійність, адаптивність та універсальність. В той же час, поліпшити якість продукції можна додатковим використанням технологій точного землеробства, які набули актуальності за кордоном. Завдяки використанню даної технології значно зменшуються ресурсовитрати, підвищується ефективність землеробства.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ "ЦЕППЕЛІН УКРАЇНА"

3.1. Формування заходів з підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства

Сучасний світ, яким ми його знаємо, багато в чому став можливий завдяки революції в сільському господарстві. Технологічний прогрес багаторазово підвищив продуктивність праці в цій галузі, і тепер досить невеликий відсоток людей зайнятих в сільському господарстві здатний прогодувати все населення планети. Однак прогрес не стоїть на місці, і знаходяться нові методики підвищення ефективності галузі. Однією з найактуальніших технологій сучасності являється точне землеробство.

Точне землеробство - це система управління продуктивністю посівів, заснована на використанні комплексу супутникових та комп'ютерних технологій. Замість того, щоб орати, сіяти, вносити добрива «на око», як це робилося протягом усієї попередньої історії сільського господарства, сьогодні фермери можуть точно розрахувати кількість насіння, добрив та інших ресурсів для кожної ділянки поля з точністю до метра[59].

Стрімкий розвиток інформаційних технологій не пройшов повз агропромислового комплексу. Сьогодні активно розвиваються технології точного землеробства. Метою їх впровадження є отримання максимально можливих врожаїв при мінімальній витраті добрив і дотриманні екологічного балансу в природі. Застосування технології точного землеробства дозволяють координувати внесення добрив та подальшу обробку ґрунту з урахуванням її стану на тій чи іншій ділянці поля. Крім того, системи віддаленого моніторингу та автоматичного водіння дають можливість за допомогою

вбудованих датчиків відстежувати пересування машин, що дає додаткові переваги організаціям які користуються послугами сервісу сільгосптехніки.

На сьогоднішній день найбільш затребуваними засобами забезпечення новітніх аграрних технологій є системи Valtra Connect та Fendt Connect. Саме ці системи і сервіси є основними складовими технологій точного землеробства. Розробки інших компаній сьогодні не можуть скласти їм гідну конкуренцію[52].

Після того як на основі супутникових і лабораторних даних складається точна карта поля із зазначенням характеристик кожного його ділянки, фермер отримує можливість більш раціонально розподіляти ресурси між ними. Таким чином, вдається уникнути перевитрати ресурсів там, де вони раніше використовувалися в надлишку, і підвищити продуктивність тих ділянок поля, які раніше недоодржували в добривах, оранці або поливі.

При досить великому масштабі такий підхід дозволяє знизити витрати на виробництво одиниці продукції і підвищити віддачу з кожного квадратного метра землі. Крім того, ця технологія відкриває додаткові можливості для підвищення якості продукції і в глобальному масштабі знижує навантаження на навколишнє середовище.

Система точного землеробства - це не строго певний набір методик і технічних засобів, а, скоріше, загальна концепція, заснована на використанні технологій супутникового позиціонування (GPS), геоінформаційних систем (GIS), точного картографування полів і ін.

Точне землеробство це безліч окремих технологій, необхідність впровадження яких визначається на розсуд власників і керівників агропідприємства. Тобто можна використовувати як всі технології відразу, так і лише деякі, ефект від яких буде найбільш значним для даного підприємства[53].

В основі всієї системи точного землеробства лежить використання точних карт полів з усіма їхніми характеристиками. Зрозуміло, для кожного

поля і так існують кадастрові карти, що визначають його межі на місцевості. Однак ці карти практично не дають ніякої корисної інформації в рамках виробничого процесу агропідприємства.

Крім кордонів ділянок потрібні точні дані про хімічний склад ґрунту, рівні її вологості (в тому числі глибині підземних вод), кількості одержуваної сонячної радіації, куту нахилу відносно горизонту, переважаючих вітрах, наявності по близькості значущих природних та інших об'єктів (лісів, водойм, промислових підприємств, житлових будинків, доріг і т.п.). Чим більше факторів враховано і що докладніше карта, тим точніше можна використовувати супутникові та комп'ютерні технології точного землеробства, тим адекватніше і оперативніше можна коригувати виробничий процес.

Складання карт здійснюється різними методиками. Це і взяття проб ґрунту з подальшим проведенням лабораторних аналізів, і отримання інформації з супутників, і загальний науковий аналіз кожної ділянки. Зрозуміло, карти складаються не на папері, а в електронному вигляді за допомогою спеціальних комп'ютерних програм, які інтегрують їх з іншим обладнанням.

На основі електронних карт створюються точні інструкції по кількості добрив, насіння, води, які потрібно внести на кожну ділянку поля. Ці інструкції завантажуються в комп'ютеризовану сільгосптехніку, що виходить в поле. Далі машина обробляє поле з мінімальною участю людини, який просто контролює правильність виконання цих інструкцій. Керуючись інструкціями і ведена за допомогою супутникової навігації, машина сама регулює кількість внесених добрив і насіння на кожній ділянці поля. При цьому виключаються просвіти і нахлести між обробленими ділянками[59].

Однією з найбільш доступних і в той же час найбільш популярних технологій точного землеробства є система паралельного водіння. Вона

вимагає набагато менше витрат на впровадження, ніж інші, а ефект помітний відразу.

Дана система дозволяє проводити польові роботи (оранка, культивування, сівба, внесення добрив, збирання врожаю) з максимальною точністю і мінімумом «непотрібних» рухів. Також важливим її перевагою є можливість обробки поля вночі з тією ж ефективністю і точністю, що і вдень. Значення такої можливості важко переоцінити, коли через несприятливі погодні умови для проведення польових робіт є невелике «вікно» в 2-3 дні, з яких не можна втрачати буквально жодної години.

Система паралельного водіння заснована на використанні сигналу супутникової навігації. При цьому, якщо використовувати безкоштовний GPS-сигнал, рух сільгосптехніки по полю здійснюється з точністю до 30 см. При роботі з платним сигналом точність доходить до 2,5 см. Використовуючи платний сигнал, можна радикально скоротити площу пропущених (необроблених) або двічі оброблених ділянок поля. Також скорочується довжина холостого ходу техніки і ширина разворотної смуги. В цілому сильно знижується (до 20%) питома кількість використовуваних ресурсів - палива, насіння, добрив[59].

Перевагою системи паралельного водіння є те, що вона не вимагає таких високих витрат, як інші елементи точного землеробства (наприклад, не потрібно складати докладні карти полів). До того ж вона технологічно більш проста і доступна. При цьому система дуже швидко окупується - буквально за один-два сезони.

Як вже було сказано, точне землеробство в сільському господарстві - це загальна концепція, підхід до управління виробничим процесом, а не перелік з кількох конкретних технологій. За великим рахунком, до точного землеробства можна віднести всі технології та системи, засновані на комп'ютерних і супутникових системах і покликані раціоналізувати та оптимізувати використання сировини і ресурсів.

Крім системи паралельного водіння і картографування полів, про які ми вже розповіли, варто згадати ще кілька популярних технологій даного напрямку:

1. Системи GPS-моніторингу. Супутникова навігація може використовуватися не тільки для точного керування трактором або комбайном в поле, а й для відстеження його місця розташування на місцевості взагалі. Встановивши GPS-маячки на всю сільгосптехніку і весь службовий автотранспорт, можна не хвилюватися, що водій зернового або комбайнер по шляху з поля в ангар заверне в сусіднє село в особистих справах, витрачаючи казенне паливо і час.

2. Мобільні пристрої. Смартфони, планшети, ноутбуки та інші подібні девайси також знаходять застосування в сільському господарстві. Використовуючи встановлене на них спеціалізоване ПО і додатки, можна більш оперативно відстежувати і аналізувати стан полів під час виїздів на місцевість.

3. Робототехніка. У міру розвитку комп'ютерних технологій все більше технологічних задач можна доручати автоматизованим і роботизованим машинам, яким не потрібен постійний контроль з боку людини-оператора. Наприклад, компанія Knize розробила авто автономних візок, яка самостійно слід по полю за зернозбиральним комбайном, не допускаючи просипу зерна. Також існують роботизовані системи посіву, внесення рідких добрив і поливу, які зручні для використання на невеликих полях і в тепличних комплексах.

4. Системи зрошення. Все більше фермерів стикаються зі зростаючою проблемою нестачі води для поливу полів. Сучасні технології дозволяють в цілодобовому режимі відстежувати рівень вологості ґрунту і автоматично поливати тільки проблемні ділянки. При цьому води вноситься рівно стільки, скільки потрібно. Це набагато ефективніше, ніж поливати відразу все поле строго за розкладом[52].

5.Смарт-технології. Технологія «розумний будинок» дозволяє управляти всіма інженерними системами будівлі з єдиного центру, більш раціонально витрачаючи електрику, воду, теплову енергію і т.д. Той же принцип можна використовувати і в сільському господарстві, коли всі об'єкти (техніка, обладнання, будівлі) з'єднані в загальну інформаційну мережу і можуть контролюватися і частково управлятися віддалено з єдиного центру.

6.Система датчиків. Розмістивши в полях бездротові датчики, можна в реальному часі контролювати стан посівів, рівень вологості ґрунту і інші важливі параметри віддалено. Це не тільки знімає необхідність фізично виїжджати в поля, витрачаючи час і паливо, а й дозволяє більш оперативно реагувати на будь-які зміни[53].

Використовувати ці та інші технології можна як окремо, так і в комплексі. Все залежить від фінансових можливостей підприємства і проблем, які стоять найгостріше перед ним.

В табл. 3.1 наведемо переваги та недоліки використання технологій точного землеробства.

Таблиця 3.1

Переваги та недоліки використання технологій точного землеробства

Переваги	Недоліки
Оптимізація (мінімізація) витрат сировини і матеріалів - палива, насіння, добрив, води і т.д.	Дорожнеча. Навіть з урахуванням хорошої окупності не кожне господарство може дозволити собі технології точного землеробства.
Підвищення врожайності використовуваних полів.	Технічна складність. По суті мова йде про сучасні ультра-складних комп'ютерних технологіях. У сільській місцевості не так-то просто знайти фахівців, здатних не те що впровадити, а хоча б обслуговувати девайси системи точного землеробства.
Поліпшення якості одержуваної продукції.	Відсутність практичного досвіду. Майже всі технології точного землеробства є абсолютно новими. До того ж вони швидко змінюються і удосконалюються. Настільки швидкий технічний прогрес означає, що немає достатньої практики їх застосування, а отже, неможливо адекватно оцінити ефективність їх застосування в тих чи інших умовах.
Підвищення якісних характеристик використовуваної землі.	
Зниження негативного впливу на навколишнє середовище.	

Джерело: складено за [52;53;59]

На думку аналітиків інвестиційного банку «Goldman Sachs» за допомогою точного землеробства можна підвищити врожайність до 70% на вже наявних сільгоспугіддях. Лідерами по впровадженню новітніх технологій є: США, Німеччина, Японія, Данія, Голландія, Бразилія, Австралія і Китай[59].

Наприклад, в США вже в 1999 році більше 60% фермерів застосовували технології точного землеробства, а до 2006 року цей показник вже досяг 80%. Найбільш активно точне землеробство використовується при обробленні пшениці, кукурудзи і цукрових буряків[59].

Але це в США, а в Японії сільськогосподарська робототехніка використовується для посіву та збирання рису. У Бразилії технології точного землеробства впроваджені на 60% сільгоспугідь: за рахунок цього врожайність підвищилася вдвічі за останнє десятиліття, при збільшенні посівних площ всього на 11%[52].

У Німеччині більшість господарств активно використовує систему диференційованого внесення добрив, тоді як в Австралії більше уваги приділяється системам точного позиціонування[53].

Сьогодні можна з упевненістю говорити про те, що точне землеробство виконує поставлені завдання: збільшує урожай і зменшує витрати.

Отже, для підвищення конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Цеппелін Україна» необхідно використовувати сучасні інноваційні технології, зокрема точного землеробства. Реалізація технологічних розробок точного землеробства значно підвищить конкурентоспроможність та імідж досліджуваної компанії, що позитивно вплине на прихильність споживачів до компанії та збільшення обсягу реалізації. Найбільш актуальним в сучасних умовах є реалізація пристроїв для створення цифрових(електронних) карт полів.

3.2. Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів

Комп'ютерна техніка і супутникова навігація (GPS, DGPS) глибоко і міцно проникла практично в усі сфери сучасної господарської діяльності. На виробництві, у сфері транспортних послуг, в процесі адміністративного управління, а також в інших областях успішно застосовується спеціалізоване програмне забезпечення, що дозволяє оптимізувати технологічні процеси, моделювати ситуації і розробляти різні варіанти прийняття ефективних управлінських рішень. Сільське господарство не є винятком. У «просунутих» аграрних підприємствах і великих фермерських господарствах вже змогли оцінити таке нововведення як електронні карти посівів, карти агрономічних показників, а також інші комп'ютеризовані карти на базі геоінформаційних систем, які раніше були або недоступні аграріям[52].

Провівши картування території, на якій здійснюється землекористування, в електронному вигляді, створивши електронні карти насаджень, тимчасово незадіяних полів, інших сільськогосподарських площ різного призначення, придбавши і освоївши спеціальне програмне забезпечення для обробки та аналізу карт, керівники господарств, агрономи та інші фахівці отримують можливість набагато легше, ніж раніше, вирішувати цілий ряд виробничих завдань:

- Вести автоматичний облік і планування сівозміни.
- Здійснювати за даними карт моніторинг стану полів і пов'язаних з ними об'єктів.
- Організовувати транспортні перевезення найбільш економічним способом.
- Аналізувати картину врожайності земель та інші їх характеристики.
- Моделювати процеси сільськогосподарського виробництва[53].

Складання карти земельних ресурсів, що знаходяться в користуванні сільськогосподарських підприємств, з використанням сучасних методів визначення географічних координат системами супутникової навігації, забезпечує прийнятну точність отримуваних даних. При цьому, процес отримання цифрових геодезичних зображень значно прискорюється, в порівнянні з традиційними методами зйомки. Це дозволяє збільшити частоту оновлення електронних карт. Чи не оновлювалися протягом декількох років паперові матеріали кадастрової зйомки можуть втратити свою актуальність по ряду причин:

- Розростання захисних лісополосних насаджень.
- Збільшення яружно-балочної мережі внаслідок розмиву схилів.
- Заболочування низинних ділянок при порушенні водного балансу надмірним збільшенням обсяги виробництва.
- Поява або, навпаки, розорювання польових автодоріг[53].

В результаті, різниця між даними паперових карт, відповідно до яких планується діяльність підприємства, і електронними картами полів досягає в окремих випадках до 20 відсотків від загальної площі використовуваних земель. Після створення і регулярного поновлення електронних карт посівів можна зменшувати витрати пально-мастильних матеріалів по підприємству, більш точно розраховувати дози внесених в ґрунт добрив і засобів захисту рослин, уникнути перевитрати насінневих матеріалів.

Впровадження в практику землеробства комп'ютерних технологій, в тому числі електронних карт, направлено на раціоналізацію використання орних земель, збільшення врожаїв і, в підсумку, забезпечує зростання рентабельності сільського виробництва.

Структура собівартості одного комплексу комп'ютерної навігації з урахуванням його комплектуючих приведена у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Структура собівартості комплексу комп'ютерної навігації

Стаття калькуляції	Сума, грн.	Питома вага
Амортизація та зміст ОЗ та ін. НМА	4469,95	6,00
Допоміжні сировина та матеріали	538,70	0,72
Додаткова заробітна плата	2552,55	3,43
Загальновиробничі затрати	8116,58	10,90
Основна заробітна плата	14461,77	19,42
Відрахування на соцстрахування та пенс. забезп.	5061,62	6,80
Покупні комплектуючі та полуфабрикати	21298,66	28,59
Полуфабрикати власного виробництва	212,75	0,29
Субпідряд	16222,74	21,78
Транспортні витрати	190,52	0,26
Послуги сторонніх організацій	1360,82	1,83
Разом	74486,65	100,00

Джерело: сформовано автором

Собівартість одного комплексу комп'ютерної навігації складає 74486,65 грн. Планова рентабельність складає 17%. Тому ціна одного комплексу складає:

$$74486,68 * 1,17 = 87149,38 \text{ грн.}$$

Прогнозні грошові надходження підприємства за 4 роки експлуатації комп'ютерного навігаційного комплексу складають: 1-й рік – 348597,52 грн., 2-й рік – 435746,90 грн., 3-й рік – 522896,28 грн., 4-й рік – 610045,66 грн. Дисконтна ставка 13%. Стартові інвестиції 1000 тис. грн. Планується наступна кількість поставлених комплексів: 1-й рік – 4 шт., 2-й рік – 5 шт., 3-й рік – 6 шт., 4-й рік – 7 шт.

Розрахуємо чистий приведений ефект за наступною формулою:

$$NPV = \sum \frac{P_n}{(1+r)^n} - IC \quad (3.1)$$

де P_n – щорічні грошові надходження на протязі n років;

r – дисконтна ставка;

IC – стартові інвестиції;

n – термін реалізації проекту.

Даний показник відображає різницю між дисконтованими величинами надходжень та інвестицій за проектом.

Визначимо рівень доходності інвестицій за формулою:

$$PI = \sum \frac{P_n}{(1+r)^n} : IC \quad (3.2)$$

де P_n – щорічні грошові надходження на протязі n років;

r – дисконтна ставка;

IC – стартові інвестиції;

n – термін реалізації проекту.

При значенні більше одиниці проект прибутковий, тому його треба приймати.

Визначимо термін окупності інвестицій. Термін окупності інвестицій – це тривалість часу, протягом якого не дисконтовані прогностні надходження грошових коштів перевищують не дисконтовану суму інвестицій, тобто це число років, необхідних для відшкодування інвестицій. Показник терміну окупності інвестицій можна визначити за такою формулою:

$$PP = \frac{IC}{D} \quad (3.3)$$

де IC – стартові інвестиції;

\bar{D} - середньорічна сума грошового потоку, який визначається за формулою:

$$\bar{D} = \sum P_n : n \quad (3.4)$$

де P_n – щорічні грошові надходження на протязі n років;

n – термін реалізації проекту.

Метод визначення внутрішньої норми прибутковості (IRR) - тобто ставки дисконту, використання якої забезпечив би рівність поточної вартості очікуваних грошових відпливів і грошових притоків. Показник внутрішньої норми доходності – IRR характеризує максимально допустимий відносний рівень витрат, які мають місце при реалізації інвестиційного проекту.

Практичне застосування цього методу зводиться до того, що в процесі аналізу вибирається два значення ставки дисконту $r_1 < r_2$ таким чином, щоб в інтервалі (r_1, r_2) функція $NPV = f(r)$ змінювала своє значення з «+» на «-» або навпаки. Таким чином, використовують таку формулу:

$$IRR = r_1 + \frac{f(r_1)}{f(r_1) - f(r_2)} \cdot (r_2 - r_1) \quad (3.5)$$

де IRR – це верхня межа процентної ставки, за якою фірма може окупити вкладені кошти в проект;

r_1 – значення табульованного коефіцієнта дисконтування, що мінімізує позитивне значення показника NPV, тобто $f(r_1) = \min_r \{f(r) > 0\}$;

r_2 – значення табульованного коефіцієнта дисконтування, що максимізує негативне значення показника NPV, тобто $f(r_2) = \max_r \{f(r) < 0\}$.

Необхідно враховувати вплив інфляції на оцінку інвестицій. При зростанні інфляції, реальна вартість очікуваних грошових потоків падає. Якщо інвестор не врахує ризик інфляції, то NPV можуть бути штучно завищені.

Для визначення оцінки ефективності проекту з урахуванням інфляції необхідно:

або скорегувати грошові потоки на середньорічний індекс інфляції, а потім на ставку дисконту;

або визначити ставку дисконту, яка б враховувала індекс інфляції (див. формула 3.6), і потім скорегувати грошові потоки за новою ставкою, яка враховує індекс інфляції.

$$r_i = (1 + r) \cdot (1 + i) - 1 \quad (3.6)$$

де r_i – ставка дисконту (коефіцієнт) з урахуванням інфляції;

r – дисконтна ставка;

i – середньорічний індекс інфляції (коефіцієнт).

Результат розрахунку вище наведених показників представлені у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Показники ефективності запропонованого проекту

Показник	Значення
Чистий приведений дохід, грн.	386292,90
Індекс рентабельності інвестицій	1,39
Термін окупності інвестицій, рік	2,08
Внутрішня норма дохідності, %	28,78
Ставка дисконту з урахуванням індексу інфляції	1,54

Джерело: сформовано автором

Метод розрахунку чистого приведенного доходу (NPV) дозволяє проаналізувати інвестиції, що базується на визначенні величини, отриманої шляхом дисконтування різниці між річними відтоку і притоками реальних грошей, які накопичуються протягом усього життя проекту.

Якщо $NPV > 0$ – проект слід приймати до реалізації;

Якщо $NPV < 0$ – проект слід відхилити, так як він збитковий;

Якщо $NPV = 0$ – проект не прибутковий і не збитковий (ситуація невизначеності).

У нашому випадку $NPV > 0$, тобто проект слід прийняти.

Метод визначення індексу рентабельності інвестицій (PI), є продовженням попереднього. Однак, на відміну від показника NPV, показник PI – це відносна величина, що характеризує рівень прибутковості інвестицій.

Якщо $PI > 1$ – то проект прибутковий, його варто прийняти;

Якщо $PI < 1$ – проект збитковий, його варто відхилити;

$PI = 1$ – дохідність інвестицій точно відповідає нормативу рентабельності (проект не прибутковий і не збитковий).

У нашому випадку $PI > 1$, тобто проект слід прийняти.

До методів, в яких процес дисконтування може не використовуватися відносять метод визначення строку окупності інвестицій (PP). Кількість років, необхідних для відшкодування інвестицій в даному випадку складає 2 роки та 1 місяць.

Зміст розрахунку внутрішньої норми дохідності при аналізі ефективності запланованих інвестицій полягає в наступному: IRR показує максимально допустимий відносний рівень витрат, які можуть бути асоційовані з даним проектом. При ставці 29 % чистий приведений дохід буде негативним. Ставка дисконту, при якій проект буде нульовим, тобто матиме місце рівність поточної вартості очікуваних грошових відпливів і грошових притоків – 28,78 %.

В таблиці 3.4 наведено прогнозовані фінансові результати ПрАТ «Цеппелін Україна».

Таблиця 3.3

Прогнозовані фінансові результати ПрАТ «Цеппелін Україна»

Показники	Базовий період	Прогнозний період	Зміна	
			Абсол.+/-	Відн.%
Чистий дохід від реалізації, тис.грн.	1179993	1528590	348597	29,5
Собівартість, тис.грн.	823119	897605	74486	9,05
Валовий прибуток, тис.грн.	356874	630985	274111	76,8
Рентабельність,%	30,2	41,23	+11,03	x

Джерело: розраховано автором

В результаті впровадження у реалізацію комплексу комп'ютерної навігації, обсяг реалізації у прогностному періоді збільшиться на 29,5%, обсяг валового прибутку на 76,8%, а рентабельність складе 41,23% проти 30,2% у базовому періоді. При цьому, ми синергетичний ефект позитивного впливу на репутацію компанії, розширення ринку збуту, поліпшення іміджу та конкурентоспроможності як продукції так і компанії, що позитивно вплине на результати ПрАТ «Цеппелін Україна».

Висновки до розділу 3

Отже, по результатам розроблення шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Цеппелін Україна» можемо зробити наступні висновки.

Для підвищення конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Цеппелін Україна» необхідно використовувати сучасні інноваційні технології, зокрема точного землеробства. Реалізація технологічних розробок точного землеробства значно підвищить конкурентоспроможність та імідж досліджуваної компанії, що позитивно вплине на прихильність споживачів до компанії та збільшення обсягу реалізації. Найбільш актуальним в сучасних умовах є реалізація пристроїв для створення цифрових(електронних) карт полів.

В результаті впровадження у реалізацію комплексу комп'ютерної навігації, обсяг реалізації у прогностному періоді збільшиться на 29,5%, обсяг валового прибутку на 76,8%, а рентабельність складе 41,23% проти 30,2% у базовому періоді. При цьому, ми синергетичний ефект позитивного впливу на репутацію компанії, розширення ринку збуту, поліпшення іміджу та конкурентоспроможності як продукції так і компанії, що позитивно вплине на результати ПрАТ «Цеппелін Україна».

ВИСНОВКИ

Отже, за результатами проведеного дослідження можемо зробити наступні висновки.

Сутність конкурентоспроможності продукції тісно пов'язана з поняттям конкуренції. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність продукції - це головний фактор успіху. Конкурентоспроможність продукції - це сукупність якісних і економічних характеристик виробу. Тобто конкурентоспроможність розглядається в двомірній площині, де головне місце займає виробництво продукції і її реалізація, без урахування психологічних особливостей споживача.

Конкурентоспроможність продукції передбачає оптимальне поєднання якості, ціни, дизайну і можливості післяпродажного обслуговування. У зв'язку з чим, одним з найважливіших показників конкурентоспроможності підприємства, особливо для виробника, є конкурентоспроможність його продукції.

Для оцінки конкурентоспроможності використовуються непрямі критерії, які можна класифікувати за двома групами: споживчі і економічні. Споживчі критерії конкурентоспроможності представлені характеристиками якості. Для визначення якості продукту застосовують об'єктивний, органолептичний, диференційний і комплексний методи. Комплексний метод оцінки рівня якості полягає у визначенні узагальнюючого показника якості оцінюваного продукту.

Незважаючи на всю складність політичної ситуації і падіння продажів, світові лідери з виробництва техніки дилерські і філіальні мережі не скорочують, і навіть навпаки. Займаються розвитком мереж в Україні такі гіганти, як John Deere та Case. Окремі компанії вирішили провести розпродаж стоків за фіксованим курсом. Для стимулювання попиту деякі виробники, наприклад, Manitou, пустили спільно з дилерами програму

"Трейд-ін" для українського ринку. Розвиток аграрного ринку в Україні неможливо без впровадження передових технологій, які передбачають використання сучасної сільськогосподарської техніки. Незважаючи ні на що, світові виробники сільгосптехніки вважають український ринок одним з найперспективніших в Європі, і йти звідси не збираються.

ПрАТ «Цепелін Україна» займається поставками промислової, сільськогосподарської та будівельної техніки сільськогосподарської техніки: Fendt, Valtra, Caterpillar, SEM, Bourgault, Berthoud, Cappello та інших брендів. Має власну мережу сервісних центрів, пунктів торгівлі запасними частинами, а також навчальний центр. Досліджуване підприємство досить ефективно використовує фінансовий потенціал і є ліквідним та платоспроможним з нормальною фінансовою стійкістю.

Сучасна техніка для будівництва і гірничодобувного сектора, що випускається компанією Caterpillar, оснащується високотехнологічним обладнанням, яке забезпечує збір і передачу докладних даних про роботу кожної машини. Завдяки цьому у власників обладнання Cat завжди є інформація і можливість контролювати роботу всього парку техніки. В Україні німецька група відкрила шість філій, створила мережу сервісних центрів і пунктів торгівлі запасними частинами, а також навчальний центр. У 2015 році «Цепелін Україна» розширила лінійку брендів агропромислової техніки, додавши в неї Rabe, Krampe, Capello.

«Цепелін Україна» гарантує високу якість реалізованої продукції, але, тим не менш, приділяє максимум уваги питанням післяпродажного обслуговування. В Україні функціонує 14 сервісів «Цепелін Україна» - цього цілком достатньо, щоб всі проблеми з технікою були вирішені в найкоротший термін. Велику роль відіграє і те, що всі центри сервісного обслуговування знаходяться неподалік від автомобільних парків клієнтів, що сприяє доступною і швидкою підтримки.

Висококваліфіковані співробітники «Цепелін Україна» завжди готові надати допомогу у виборі та купівлі потрібних запчастин. Безперебійна поставка запасних деталей можлива за рахунок роботи шістнадцяти складів, розташованих на території України. В яких представлений широкий модельний ряд запасних частин - всього понад 10 000 найменувань.

Продукція ПрАТ «Цепелін Україна» за конкурентоспроможністю не поступається найбільш відомим маркам таким як John Deere, Ватра, Case. в той же час, кожна з цих марок має власну перевагу перед іншими виробниками. Для споживачів основними критеріями є якість, надійність, адаптивність та універсальність. В той же час, поліпшити якість продукції можна додатковим використанням технологій точного землеробства, які набули актуальності за кордоном. Завдяки використанню даної технології значно зменшуються ресурсовитрати, підвищується ефективність землеробства.

Для підвищення конкурентоспроможності продукції ПрАТ «Цепелін Україна» необхідно використовувати сучасні інноваційні технології, зокрема точного землеробства. Реалізація технологічних розробок точного землеробства значно підвищить конкурентоспроможність та імідж досліджуваної компанії, що позитивно вплине на прихильність споживачів до компанії та збільшення обсягу реалізації. Найбільш актуальним в сучасних умовах є реалізація пристроїв для створення цифрових(електронних) карт полів.

В результаті впровадження у реалізацію комплексу комп'ютерної навігації, обсяг реалізації у прогнозному періоді збільшиться на 29,5%, обсяг валового прибутку на 76,8%, а рентабельність складе 41,23% проти 30,2% у базовому періоді. При цьому, ми синергетичний ефект позитивного впливу на репутацію компанії, розширення ринку збуту, поліпшення іміджу та конкурентоспроможності як продукції так і компанії, що позитивно вплине на результати ПрАТ «Цепелін Україна».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акімова Л. М., Корж М.В., Чуб І.В. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: монографія. Київ; Рівне: НУВГП, 2017. 120 с.
2. Андреева Н. М., Рулінська О. В. Товарна інноваційна політика : навч. посіб. Одеса : Апрель, 2015. 279 с.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / пер.с англ. С. Жильцов ; при содействии Э. Д. Макдоннелл. С.Пб. : Питер, 1999. 416 с.
4. Балан В. Г. Стратегічне управління. Методи портфельного аналізу : навч. посіб. Київ : Наукова столиця, 2018. 199 с.
5. Гнедков А. В., Шиков М.М. Управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах глобалізації міжнародних інноваційно-інвестиційних процесів: монографія. Лисичанськ: ДонДТУ, 2015. 128 с.
6. Дейнега О. В. Маркетингова концепція формування продуктоорієнтованого інформаційного забезпечення підприємств : монографія. / Оред.: Є. В. Крикавський. Рівне : Зень О., 2017. 291 с.
7. Дэй Дж. Стратегический маркетинг. М.: ЭКСМО-Пресс, 2015. 640 с.
8. Діб А. Маркетинговий план на одну сторінку. Час знаходити нових клієнтів, заробляти більше грошей і бути унікальним /пер.з англ. М. Черник. Харків : Віват, 2020. 285, [1] с.
9. Залуцька Х. Я. Стратегія підприємства: навч. посіб. Львів: Растр-7, 2017. 247 с.
10. Занора В. О., Войтко С. В. Управління підприємствами: планування технологічних витрат, ризик-менеджмент, мотивування, прийняття управлінських рішень: монографія. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського : Політехніка, 2017. 223 с.
11. Калініна О. М., Скачкова І.А., Кононенко А.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. Харків: ХАІ, 2018. 127 с.

12. Капелюшна А. А., Панченко М.О. Формування концепції управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 4(3). С. 13-15.
13. Карлова О. А., Плотницька С. І., Гнатенко М. К. Основи менеджменту і маркетингу : підручник. Харків : Друкарня Мадрид, 2016. 227 с.
14. Кириченко О.М., Мігдальський А. В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. №2 URL:<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5428>
15. Коваль Н. В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та структура: монографія. Білоцерківський НАУ, 2012. 318 с.
16. Ковчуга Л. І. Про взаємообумовленість конкуренції, інновацій та конкурентоспроможності підприємств. *Екон. вісн. Донбасу*. 2018. № 2. С. 124-133.
17. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: колективна монографія / за ред. В.А. Павлової. Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет економіки та права імені Альфреда Нобеля, 2011. 352 с.
18. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс : учебник./ пер.: Т. Виноградова, Д. Раевская, Л. Царук. М. [и др.]. Питер, 2002. 495 с
19. Кузьминчук Н. В., Куценко Т. М., Терованесова О. Ю. Управління асортиментом у контексті реалізації маркетингової товарної політики підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. 2018. № 5. С. 52-61.
20. Луцяк В. В., Красняк О. П., Кондратова М. В. Маркетингова діяльність підприємства : навч. посіб. Вінниця : ТВОРИ, 2019. 353 с.
21. Лупак Р. Л., Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2016. 483 с.
22. Максимова Т. С., Харченко І. В., Аронова В. В. Промисловий маркетинг : навч. посіб.. Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2012. 228 с.

23. Мальчик М. В. Рефлексивне управління конкурентоспроможністю промислових підприємств : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Донецьк, 2011. 385 с.
24. Мандич О. В., Науменко І.В. Механізми управління конкурентоспроможністю підприємств: маркетингова складова. *Техн. сервіс агропром., ліс. та трансп. комплексів*. 2016. № 6. С. 204-209.
25. Маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності підприємства: стратегічний підхід та системні рішення : монографія/ Кендюхов О. В. за заг. ред. О. В. Кендюхова. ; Донецьк : Східний видавничий дім, 2014. 201 с.
26. Маркетингове стратегічне управління конкурентоспроможністю на мікро-, мезо- і макрорівнях: колект. Монографія. І. В. Тараненко та ін. Дніпро: Ун-т ім. Альфреда Нобеля, 2017. 281 с.
27. Мельник Т. М., Іксарова Н.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 455 с.
28. Михайленко О. В., Муравська І.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства. *Держава та регіони*. Сер. Економіка та підприємництво. 2018. № 2. С. 54-59.
29. Могилевська О. Ю. Маркетингова система в управлінні промисловими підприємствами: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : КиМУ, 2020. 366 с.
30. М'ячин В. Г. Наукові засади формування інноваційного розвитку промислових підприємств: теорія, методологія, практика: монографія. Дніпро : ДВНЗ УДХТУ, 2019. 352 с.
31. Павлова В. А., Татарінов В. В., Жукова А. Г. Інноваційний розвиток підприємства: організація, оцінка потенціалу, ефективність: монографія. Д.: [б. в.], 2013. 199 с.

32. Пилипенко А. А., Фартушняк О. В., Пасічник І. Ю. Конкурентоспроможність продукції промислового підприємства: організація управління та маркетингове забезпечення : монографія. Харків: Лібуркіна Л. М., 2017. 275 с.
33. Поліщук І. І. Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством : монографія. Вінниця : ВРВ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 356 с.
34. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. И. Минервин. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 452 с.
35. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
36. Прийняття управлінських рішень : навч. посіб. / Ю. Є. Петруня та ін.; Дніпро : Ун-т мит. справи і фінансів, 2020. 273 с
37. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / пер. з англ. Олександра Асташова. Київ : Наш формат, 2019. 150, [2] с
38. Стратегічне управління конкурентоспроможністю: системний метод та екзистенціальна експозиція: монографія. Мошак С. М. та ін. Мукачево: Карпатська вежа, 2017. 238 с.
39. Стюарт Г. Эффективное управление сбытом. М.: Баланс-Клуб, 2017. 267 с.
40. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посіб. /К.: КНЕУ, 2013. 554 с.
41. Тімофєєв В. О., Лещенко О.В. Модель оперативної оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Фін. - кредит. діяльність: проблеми теорії та практики*: зб. наук. пр. 2016. Вип. 1. С. 96-105.
42. Тищенко Т. І. Використання інноваційного потенціалу промислового підприємства: монографія. Павлоград: ІМА-прес, 2017. 166 с.
43. Турило А. М., Турило А. А. Оцінка результативності ефективності продуктивності і збитковості підприємства: монографія. Кривий Ріг: ЕтюдСервіс, 2015. 196 с.

44. Узгодження маркетингових інтересів як альтернатива конкурентній боротьбі : колект. монографія / Власенко Н. А. та ін. ; під. ред. Г. Г. Савіної. Херсон : Вишемирський В. С. [вид.], 2017. 141 с.
45. Управління економічними процесами та інноваційний розвиток промислових підприємств в умовах динамічних змін зовнішнього середовища: кол. монографія / Шарко М. В. та ін.; за заг. ред. Шарко М. В. Херсон: Вишемирський В. С., 2017. 264 с.
46. Управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах: колект. Монографія. Шарко М. В. та ін. Херсон: Вишемирський В. С., 2016. 177 с.
47. Череп О. Г. Теоретико-методологічні аспекти розвитку стратегії формування економічного механізму інноваційної діяльності підприємств машинобудування: монографія. Запоріжжя; Тернопіль: Паляниця В. А. [вид.], 2017. 535 с.
48. Шарко В. М. Управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах: колект. монографія. Херсон: Вишемирський В. С., 2016. 177 с.
49. Шашина М. В., Юхим Н. М. Життєвий цикл підприємства як основа антикризового управління. Підприємництво та інновації. 2016. Вип. 2. С. 19-23.
50. Ярим-Агаєв О. М., Устинович Н. В. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Київ: ТАЛКОМ, 2019. 159 с.
51. Агропортал: Новини: Техніка URL:<http://agroportal.ua/>
52. Візуальні I NDVI Мапи Полів URL:<https://drone.ua/agricultural-services/vizualnyie-i-ndvi-kartyi-poley/>
53. Електронные карты полей URL:https://geotop.com.ua/index_ua.php
54. Итоги и тренды рынка сельхозтехники в Украине-2020 URL:<http://agropravda.com/news/technika-fermera/15375-itogi-i-trendy-rynka-selhoztehniki-v-ukraine-2020>

55. Названы основные поставщики сельхозтехники в Украину по итогам 2019 г. URL:<https://latifundist.com/novosti/49820-nazvany-osnovnyye-postavshchiki-selhoztehniki-v-ukrainu-po-itogam-2019-g>
56. ПрАТ «Цеппелін Україна» URL:<https://zeppelin-agro.com.ua/>
57. Обзор сельскохозяйственной техники URL:<https://pro-consulting.ua/>
58. Химики и техники. Рейтинг 60 крупнейших импортеров товаров для агробизнеса URL:<https://landlord.ua/rejtingi/himiki-i-tehniki-rejting-60-krupneyshih-importerov-tovarov-dlya-agrobiznesa/>
59. Precision Farming Project: What is Precision Farming, exactly? URL:
https://farming-simulator.com/newsArticle.php?&news_id=165

ДОДАТКИ

Додаток А.1.

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2019 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	15333	31025	0
первісна вартість	1001	25027	51035	0
накопичена амортизація	1002	-9694	-20010	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	24920	19793	0
Основні засоби:	1010	543438	552712	0
первісна вартість	1011	742800	798601	0
знос	1012	-199362	-245889	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	93	52	0
інші фінансові інвестиції	1035	26	26	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	140	0
Відстрочені податкові активи	1045	1543	1748	0
Усього за розділом I	1095	585353	605496	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	410547	392957	0

Виробничі запаси	1101	140297	140715	0
Незавершене виробництво	1102	207374	210449	0
Готова продукція	1103	62762	41601	0
Товари	1104	114	192	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	119315	246841	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	17800	13228	0
з бюджетом	1135	85917	31980	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	37	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1344	2020	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	96638	84657	0
Готівка	1166	9	11	0
Рахунки в банках	1167	96629	84646	0
Витрати майбутніх періодів	1170	7149	14876	0
Інші оборотні активи	1190	330	1192	0
Усього за розділом II	1195	739040	787751	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	1324393	1393247	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	125337	125337	0
Капітал у дооцінках	1405	27281	23451	0

Резервний капітал	1415	30017	36913	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	687755	814231	0
Усього за розділом I	1495	870390	999932	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Інші довгострокові зобов'язання	1515	113662	128770	0
Усього за розділом II	1595	113662	128770	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
за товари, роботи, послуги	1615	70016	125289	0
за розрахунками з бюджетом	1620	10831	6293	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	8455	3123	0
за розрахунками зі страхування	1625	3521	3205	0
за розрахунками з оплати праці	1630	10009	11841	0
за одержаними авансами	1635	119782	95342	0
за розрахунками з учасниками	1640	135	134	0
Поточні забезпечення	1660	14154	20391	0
Усього за розділом III	1695	340341	264545	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	1324393	1393247	0

Додаток А.2

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2018 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	12481	13031	0
первісна вартість	1001	16378	19602	0
накопичена амортизація	1002	-3897	-6571	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	73617	33725	0
Основні засоби:	1010	501659	533462	0
первісна вартість	1011	617402	690178	0
знос	1012	-115743	-156716	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	118	152	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	26	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	7001	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	240	604	0
Усього за розділом I	1095	595116	581000	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	353932	391534	0
Виробничі запаси	1101	136537	158049	0

Незавершене виробництво	1102	181651	197260	0
Готова продукція	1103	35681	36138	0
Товари	1104	63	87	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	91357	105410	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	118185	38410	0
з бюджетом	1135	34999	140452	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	42321	11066	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	38190	87666	0
Готівка	1166	10	6	0
Рахунки в банках	1167	38180	87660	0
Витрати майбутніх періодів	1170	4724	4729	0
Інші оборотні активи	1190	512	949	0
Усього за розділом II	1195	684220	780216	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	1279336	1361216	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	125337	125337	0

Капітал у дооцінках	1405	36175	31251	0
Резервний капітал	1415	17753	26611	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	484892	549306	0
Усього за розділом I	1495	664157	732505	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Інші довгострокові зобов'язання	1515	8861	1138	0
Усього за розділом II	1595	8861	1138	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	43141	83853	0
за товари, роботи, послуги	1615	50081	59560	0
за розрахунками з бюджетом	1620	11914	12521	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	10196	10593	0
за розрахунками зі страхування	1625	3998	3870	0
за розрахунками з оплати праці	1630	9764	8170	0
за одержаними авансами	1635	373113	280206	0
за розрахунками з учасниками	1640	136	135	0
Поточні забезпечення	1660	12392	13037	0
Інші поточні зобов'язання	1690	101779	166221	0
Усього за розділом III	1695	606318	627573	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	1279336	1361216	0

Додаток Б.1

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2019 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1179993	1193407
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(823119)	(823182)
Валовий: прибуток	2090	356874	370225
Інші операційні доходи	2120	32370	25360
Адміністративні витрати	2130	(84981)	(75918)
Витрати на збут	2150	(62525)	(51469)
Інші операційні витрати	2180	(35180)	(30095)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	206558	238103
Інші фінансові доходи	2220	9889	6341
Інші доходи	2240	1167	4698
Фінансові витрати	2250	(6923)	(18144)
Втрати від участі в капіталі	2255	(41)	(59)
Інші витрати	2270	(49015)	(63084)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	161635	167855
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-31859	-30036
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	129776	137819

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	786075	803415
Витрати на оплату праці	2505	19440	20808
Відрахування на соціальні заходи	2510	5868	6426
Амортизація	2515	58226	47813
Інші операційні витрати	2520	145219	92832
Разом	2550	1014828	971294

Додаток Б.2

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2018 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1106496	1008877
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(833537)	(688094)
Валовий: прибуток	2090	272959	320783
Інші операційні доходи	2120	5695	10886
Адміністративні витрати	2130	(64524)	(59993)
Витрати на збут	2150	(18928)	(19820)
Інші операційні витрати	2180	(32710)	(20817)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	162492	231039
Дохід від участі в капіталі	2200	34	57
Інші фінансові доходи	2220	2034	812
Інші доходи	2240	3213	4578

Інші витрати	2270	(60300)	(8489)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	91028	222712
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	22918	44325
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	68110	178387

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	629905	662614
Витрати на оплату праці	2505	15120	16200
Відрахування на соціальні заходи	2510	9712	5750
Амортизація	2515	44800	36668
Інші операційні витрати	2520	83961	80559
Разом	2550	783498	801791