

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**  
**Навчально-науковий інститут економіки і управління**  
**Кафедра міжнародної економіки**

УДК

«До захисту в ЕК»

«До захисту допущено»

Директор інституту

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Олег ШЕРЕМЕТ \_\_\_\_\_ Світлана ГУТКЕВИЧ

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА НА ЗДОБУТТЯ**  
**ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

за освітньо-професійною програмою «Міжнародна  
економіка» зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні  
відносини»

на тему: «Конкурентоспроможність харчової промисловості на світовому  
ринку»

Виконала

здобувачка 2 курсу, групи ЗМЕ 1-9М

Кравець Валерія Ярославівна

Керівник к.е.н., доц.

\_\_\_\_\_ Артеменко Ліна Петрівна

Рецензент

=====

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) незарядженої допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
ННІ Економіки і управління

Кафедра міжнародної економіки  
Освітній ступінь – магістр  
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»  
Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри** \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

Кравець Валерії Ярославівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи

«Конкурентоспроможність харчової промисловості на світовому ринку»

керівник роботи

Артеменко Ліна Петрівна кандидат економічних наук, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Тема затверджена наказом по інституту від « 817-КС» від 09.10. 2023 року

2. Строк подання студентом роботи 04.02.2024 року

3. Інформаційна база

нормативно - правові акти, навчальні підручники, навчальні посібники, монографії, наукові статті, данні Держстату України, електронні ресурси.

4. Зміст основних положень роботи

В розділі 1 розкрито теоретичні основи конкурентоспроможності харчової промисловості

В розділі 2 надано аналіз проблем конкурентоспроможності харчової промисловості

В розділі 3 визначено шляхи удосконалення системи управління конкурентоспроможністю харчової промисловості.

Дата видачі завдання 01.09.2023

5. Календарний план виконання кваліфікаційної роботи

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ РОБОТИ**

| Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-------------------------------------|-------------------------------|----------|
| Підготовка I-го розділу             | 02.10.2023                    | Виконано |
| Підготовка II-го розділу            | 30.10.2023                    | Виконано |
| Підготовка III-го розділу           | 04.12.2023                    | Виконано |
| Завершення написання роботи         | 05-15.12.2023                 | Виконано |
| Передзахист кваліфікаційних робіт   | 08-09.01.2023                 | Виконано |
| Здача готової роботи                | 04.02.2024                    | Виконано |
|                                     |                               |          |
|                                     |                               |          |
|                                     |                               |          |
|                                     |                               |          |
|                                     |                               |          |
|                                     |                               |          |
|                                     |                               |          |
|                                     |                               |          |

**Здобувач**

/ \_\_\_\_\_ Валерія КРАВЕЦЬ /  
(підпис) (прізвище та ініціали)

**Керівник** \_\_\_\_\_ / Ліна АРТЕМЕНКО /  
(підпис) (прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

### до кваліфікаційної роботи магістра на тему: «Конкурентоспроможність харчової промисловості на світовому ринку»

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Робота містить 10 таблиць, 4 рисунків, кількість використаних джерел - 104.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, харчова промисловість, світовий ринок, розвиток, міжнародний досвід.

**Мета кваліфікаційної роботи** полягає в розробці напрямів підвищення конкурентоспроможності харчової промисловості України на світовому ринку.

#### **Основні завдання кваліфікаційної роботи:**

- розглянуто сутність конкурентоспроможності харчової промисловості;
- визначено фактори впливу та оцінювання конкурентоспроможності харчової промисловості на світовому ринку;
- надано оцінку інвестуванню конкурентоспроможності харчової промисловості;
- проаналізовано вплив конкурентоспроможності харчової промисловості на економіку України;
- надано оцінку конкурентоспроможності вітчизняної харчової промисловості;
- проаналізовано проблеми конкурентоспроможності харчової промисловості України;
- визначено напрямки підвищення ефективності конкурентоспроможності харчової промисловості України;
- розглянуто конкурентний ресурсний потенціал та експортна стратегія вітчизняної харчової промисловості на світових ринках;
- розглянуто міжнародний досвід конкурентоспроможності харчової промисловості як основа для зростання конкурентоспроможності України.

**Предмет роботи:** є процес забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості України на світовому ринку.

**Об'єкт роботи:** харчова промисловість.

**Методи аналізу.** При написанні кваліфікаційної роботи було використано монографічний; статистичні: табличний, графічний, рядів динаміки, метод кореляційного аналізу; метод порівняльного аналізу; абстрактно-логічний.

## **ABSTRACT**

**to the master's qualification thesis on the topic:**

### **"Competitiveness of the food industry on the world market"**

The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources, and appendices. The work contains 10 tables, 4 figures, the number of used sources is 104.

**Key words:** competitiveness, food industry, world market, development, international experience.

**The purpose and objectives** of the qualification work is to develop directions for increasing the competitiveness of the food industry of Ukraine on the world market.

#### **The main tasks of the qualification work:**

- the essence of the competitiveness of the food industry is considered;
- factors influencing and evaluating the competitiveness of the food industry on the world market are determined;
- an assessment of investment competitiveness of the food industry was given;
- the influence of the competitiveness of the food industry on the economy of Ukraine was analyzed;
- an assessment of the competitiveness of the domestic food industry was provided;
- analyzed the problems of competitiveness of the food industry of Ukraine;
- directions for improving the competitiveness of the food industry of Ukraine have been determined;
- the competitive resource potential and export strategy of the domestic food industry on world markets are considered;
- the international experience of the competitiveness of the food industry as a basis for the growth of the competitiveness of Ukraine was considered.

**The subject of the work:** there is a process of ensuring the competitiveness of the food industry of Ukraine on the world market.

**Object of work:** food industry.

**Methods of analysis.** A monograph was used when writing the qualification work; statistical: tabular, graphic, dynamic series, method of correlation analysis; method of comparative analysis; abstract and logical.

## ЗМІСТ

|   |    |
|---|----|
| ВСТУП.....  | 7  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ<br>ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....   | 10 |
| 1.1 Сутність конкурентоспроможності харчової промисловості.....   | 10 |
| 1.2 Фактори впливу та оцінювання конкурентоспроможності харчової<br>промисловості на світовому ринку.....                           | 20 |
| 1.3 Інвестування конкурентоспроможності харчової промисловості.....   | 28 |
| Висновки до розділу 1.....  | 36 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ<br>ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....  | 38 |
| 2.1 Вплив конкурентоспроможності харчової промисловості на економіку<br>України.....  | 38 |
| 2.2 Оцінка конкурентоспроможності вітчизняної харчової промисловості....  | 46 |
| 2.3 Проблеми конкурентоспроможності харчової промисловості України.....   | 57 |
| Висновки до розділу 2.....  | 69 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ<br>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ<br>УКРАЇНИ.....                 | 71 |
| 3.1 Напрямки підвищення ефективності конкурентоспроможності харчової<br>промисловості України.....                                  | 71 |
| 3.2 Конкурентний ресурсний потенціал та експортна стратегія вітчизняної<br>харчової промисловості на світових ринках.....           | 79 |
| 3.3 Міжнародний досвід конкурентоспроможності харчової промисловості як<br>основа для зростання конкурентоспроможності України..... | 85 |
| Висновки до розділу 3.....  | 91 |
| ВИСНОВКИ.....   | 93 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....   | 96 |

## ВСТУП

**Актуальність** теми дипломної роботи визначається тим, що в умовах глобалізації та постійного загострення конкуренції основою конкурентоспроможності виступають інновації, які дозволяють країнам, що володіють інноваційними конкурентними перевагами, займати гідне місце в світовому співтоваристві. Науково-технічний розвиток, який можна спостерігати в усіх сферах суспільного життя, зумовив зростання конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках. Конкурентоспроможність харчової промисловості економіки країни є основним фактором, що може забезпечити його виживання в умовах нестабільності та спланувати подальший ефективний розвиток.

Харчова промисловість є однією з ключових галузей економіки України і має значний потенціал для розвитку та привабливість для інвесторів. Значна частина продукції харчової промисловості експортується, що сприяє збільшенню валютних надходжень в країну. Однак, у зв'язку зі змінами у світовому ринку, зростанням конкуренції та вимогами споживачів, виникає необхідність в аналізі тенденцій розвитку харчової промисловості України та її місця на світовому ринку. Також, аналіз галузі є корисним для інвесторів, які планують інвестувати у харчову промисловість України, а також для виробників та експортерів харчової продукції.

Актуальність роботи полягає в тому, що розвиток харчової промисловості та її вплив на економіку країни потребують детального аналізу та вивчення, тому що це допоможе вирішити такі проблеми, як підвищення конкурентоспроможності українських виробників на зовнішніх ринках, покращення якості та безпеки харчових продуктів, залучення інвестицій в галузь, підвищення рівня зайнятості населення та інше. Отже, аналіз даної теми є важливим для розвитку економіки України та її інтеграції в світовий економічний простір.

**Мета** дипломної роботи полягає в розробці напрямів підвищення конкурентоспроможності харчової промисловості України на світовому ринку.

Для досягнення зазначеної мети були поставлені **наступні завдання**:

- розглянуто сутність конкурентоспроможності харчової промисловості;
- визначено фактори впливу та оцінювання конкурентоспроможності харчової промисловості на світовому ринку;
- надано оцінку інвестуванні конкурентоспроможності харчової промисловості;
- проаналізовано вплив конкурентоспроможності харчової промисловості на економіку України;
- надано оцінку конкурентоспроможності вітчизняної харчової промисловості;
- проаналізовано проблеми конкурентоспроможності харчової промисловості України;
- визначено напрямки підвищення ефективності конкурентоспроможності харчової промисловості України;
- розглянуто конкурентний ресурсний потенціал та експортна стратегія вітчизняної харчової промисловості на світових ринках;
- розглянуто міжнародний досвід конкурентоспроможності харчової промисловості як основа для зростання конкурентоспроможності України.

**Об'єктом** є харчова промисловість.

**Предметом** є процес забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості України на світовому ринку.

**Методи аналізу.** При виконанні дипломної роботи застосовувалися методи: монографічний (при аналізі наукових основ у першому розділі), статистичний (при розрахунку індексів конкурентоспроможності харчової промисловості у другому розділі), табличний (при узагальненні аналітичних та статистичних даних) рядів динаміки (при розрахунку показників експорту конкурентоспроможних товарів харчової промисловості у другому розділі),

порівняння аналізу (при розгляді міжнародного досвіду забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості у третьому розділі), абстрактно-логічний (при розробці стратегії підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів на світовому ринку).

**Інформаційною базою** є нормативна законодавча база, підручники, посібники, монографія, наукові статті вітчизняних наукових вчених, статистичні та аналітичні матеріали Державного комітету статистики України, інтернет джерела.

**Обсяг і структура роботи:** дипломна робота виконана на 107 сторінках, використано 10 таблиць, 4 рисунків, використано 104 літературних джерел.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

## 1.1 Сутність конкурентоспроможності харчової промисловості

Зростання кількості світового населення, зміна шаблонів харчового раціону, активне проникнення новітніх технологій як у процес виробництва, так і у процес розподілу створюють передумови для значних якісних та кількісних змін на світовому ринку товарів харчової промисловості. Динамічність та іноді різноспрямованість тенденцій розвитку світового ринку продовольчих товарів у регіональному та товарному розрізі зумовлюють актуальність нашого аналізу.

У своїй структурі харчова промисловість – це не одна галузь, а сукупність кількох видів промисловості, що виробляють різноманітний асортимент харчових продуктів. Вона охоплює сільське господарство, виробництво харчових продуктів, переробку харчових продуктів, консервацію, пакування, дистрибуцію, роздрібну торгівлю та харчування.

Світовий ринок харчових товарів означає міжнародну торгівлю та розподіл продовольчих товарів у всьому світі. Він передбачає виробництво, обробку, транспортування та продаж продовольчих товарів через кордони для задоволення глобального попиту на продовольство. Глобальний продовольчий ринок охоплює широкий спектр продуктів, включаючи сільськогосподарські товари, такі як зерно, фрукти та овочі, а також оброблені харчові продукти, м'ясо, молочні продукти та напої.

Світовий ринок харчових товарів обумовлений різними факторами, зокрема зростанням населення, зміною харчових звичок і зростанням попиту на напівфабрикати. Він підтримується складною мережею гравців, включаючи фермерів, підприємств харчової промисловості, дистриб'юторів,

оптовиків, роздрібних торговців і споживачів, які відіграють важливу роль у формуванні попиту та пропозиції харчових продуктів у всьому світі.

Глобальний продовольчий ринок є значним внеском у світову економіку, вартість міжнародної торгівлі продовольством досягає мільярдів доларів щороку. Однак це також створює різні виклики, включно з проблемами безпеки харчових продуктів, впливом на навколишнє середовище та проблемами чесної торгівлі та етичних практик.

Харчова промисловість охоплює широкий спектр товарів, і конкурентоспроможність може залежати від багатьох чинників. Однак є нами було визначено кілька груп товарів, які традиційно володіють високою конкурентоспроможністю на світовому ринку:

#### 1. Зернові та зернові продукти:

- Пшениця, кукурудза, рис, ячмінь та інші зернові є основними продуктами, які широко використовуються в харчовій промисловості та мають великий експортний попит.

#### М'ясо та м'ясопродукти:

- Баранина, яловичина, свинина та курятина є популярними продуктами на світовому ринку. Вакуумоване та консервоване м'ясо, ковбаси та м'ясопродукти також входять до складу цієї групи.

#### 2. Молочні продукти:

- Сир, молоко, масло та сухе молоко зазвичай є конкурентоспроможними товарами. Деякі країни, такі як Нова Зеландія та Ірландія, відомі своєю високоякісною молочною продукцією.

#### Олії та жири:

- Різні види рослинних та животних олій (соняшникова, соєва, оливкова) є ключовими складовими харчової промисловості та мають великий експортний потенціал.

#### Заморожені та консервовані продукти:

- Заморожені овочі, фрукти, риба та м'ясо, а також консервовані продукти (консерви, соки, маринади) є популярними серед споживачів та можуть бути конкурентоспроможними на ринку.

Напої:

3. Експорт напоїв, таких як кава, чай, сік, вода та газовані напої, є важливою частиною світового ринку харчової промисловості.

4.Цукор та цукрові вироби:

Цукрова тростина та цукровий буряк використовуються для виробництва цукру та цукрових виробів, таких як шоколад, кондитерські вироби та печиво.

5.Овочі та фрукти:

Експорт свіжих, заморожених або консервованих овочів та фруктів також є важливою галуззю харчової промисловості.

Ці групи товарів можуть володіти конкурентоспроможністю завдяки якості, інноваціям, цінній привабливості, бренду та іншим факторам, що роблять їх привабливими для світового споживача.

Виробництво та експорт харчових продуктів є однією з найважливіших галузей економіки України. За даними Державної служби статистики України, в 2021 році валова додана вартість у секторі харчової промисловості склала 149,4 млрд грн, що становить 11,7% від загальної валової доданої вартості промисловості. Також, експорт харчових продуктів з України в 2021 році склав 22,3 млрд доларів США, що становить 17,2% від загального обсягу експорту товарів. З яких продукти тваринного походження 1345,3 млн дол. США, продукти рослинного походження 15538,3 млн дол. США, зернові культури 12343,9 млн дол. США, жири та олії 7037,3 млн дол. США, готові харчові продукти 3788,9 млн дол. США [103].

Значення конкуренції для функціонування національної економіки у ринковому просторі важко переоцінити. Конкуренція є невід'ємною частиною у ринковому середовищі, є необхідною умовою розвитку національної економіки та її сегментних складових.

Господарсько-економічні процеси у харчовій промисловості за роки незалежності України, показують, що механізми ринкової конкуренції мають значний вплив на стратегію та тактику господарювання, пов'язаного з виробництвом, розподілом, обміном і споживання результатів діяльності суб'єктів харчової галузі національного макроекономічного середовища.

Сучасні механізми ринкової конкуренції пронизують господарські та фінансово-економічні відносини на всьому макроекономічному просторі, а також впливають на створення новітніх форм, стилів, методів, алгоритмів й етикету господарювання кожного суб'єкта харчової промисловості країни.

У сучасних умовах розвитку країни, знання основ управління стратегічною діяльністю дозволяє знайти конкурентні рішення, які забезпечать перевищення доходів над витратами, принаймні, на величину запланованої ефективності.

У значної кількості наукових досліджень пов'язаних з конкурентоспроможністю, спрямованість конкуренції здійснюється у наступній орієнтації:

- функціональна спрямованість конкуренції, яке передбачає свідоме суперництво старого з сучасним, з інноваційними розробками, або коли приховане стає явним;

- поведінкова спрямованість конкуренції – означає запеклу боротьбу за фінансові ресурси споживачів шляхом задоволення їх потреб;

- структурна спрямованість конкуренції – це дослідження та оцінювання структури ринкового середовища для визначення ступеня свободи виробників та споживачів на ринку і способу виходу з нього.

У розвинутих країнах міжнародного економічного простору, конкуренція – це основний двигун розвитку економіки, тому що вільне змагання суб'єктів господарювання з метою отримання за рахунок власних досягнень переваг над іншими створює ряд важливих умов успішного розвитку країни.

У господарсько-економічному понятті конкуренція є передумовою оптимально-ефективного розподілу обмежених суспільних ресурсів та розвитку науково-технічного прогресу.

У соціально-політичні аспекти наслідками конкуренції є підвищення у національному суспільстві загального добробуту.

Конкуренція в умовах вільного ринкового середовища створює, підтримує та саморегулює ринкові зв'язки та відносини між суб'єктами харчової промисловості. У цьому сенсі доводиться говорити не стільки про зовнішнє управління конкуренцією під впливом різноманітних факторів, які притаманні системі функціонування галузі, скільки про пристосування до конкуренції в умовах посилення глобалізаційних процесів.

Досліджуючи питання управління конкуренцією на ринках продовольчих товарів з боку відповідних інституційних складових, необхідно мати на увазі обмежені можливості їх впливати на конкуренцію в масштабах локальних, національних, регіональних та міжнародних ринках.

Сегментна структура конкуренції у харчовій промисловості сформована у таблиці 1.1.

Внутрішньогалузева конкуренція у харчовій промисловості – це взаємовідносини між окремими суб'єктами харчової промисловості з метою отримання запланованих результатів.

Міжрегіональна конкуренція – це процес взаємовідносин між регіональними суб'єктами харчової промисловості, які впливають на відтворювальні процеси у галузі з метою отримання бажаних результатів.

Міжгалузева конкуренція – взаємовідносини між окремими суб'єктами різних галузей, які впливають на функціонування та розвиток харчової промисловості з метою отримання необхідних результатів.

Міжнародна конкуренція – це економічна боротьба серед виробників продовольчої продукції різних країн міжнародного простору з метою отримання стратегічних результатів.

Таблиця 1.1

## Сегментна структура конкуренції у харчовій промисловості

| Види конкуренції                     |                                     |                                     |                                      |
|--------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Внутрішньо-галузева                  | Міжрегіональна                      | Міжгалузева                         | Міжнародна                           |
| Методи конкуренції                   |                                     |                                     |                                      |
| Економічні                           | Неекономічні                        | Агресивні                           | Неагресивні                          |
| Завдання конкуренції                 |                                     |                                     |                                      |
| Максимізація економічних результатів | Максимізація фінансових результатів | Максимізація соціальних результатів | Максимізація екологічних результатів |

Джерело [18]

Таким чином, конкуренція є вагомим фактором, який впливає на розвиток національної економіки та її сегментів, у тому числі харчової промисловості, а ринкове середовище продовольчих товарів не може ефективно функціонувати без розвинутих форм конкуренції. Поняття конкуренції у економічній теорії є фундаментальним та забезпечує розвиток ринкових відносин у макроекономічному середовищі. Необхідно також зазначити, що конкурентна боротьба на ринку харчових продуктів достатньо часто буває жорстокою та агресивною, у якій виживають достатньо сильні суб'єкти господарювання, тому стратегічно важливо щоб суб'єкти харчової промисловості були готові до підприємницького протистояння, боротьби, змагання та мали відповідні рівні конкурентоспроможності і значні конкурентні переваги, яка на національному ринку, так і на міжнародному.

Відмітимо, що проблеми конкуренції у харчовій промисловості правомірніше розглядати з боку впливу на процеси конкуренції, яке ототожнюють з поняттям управління конкуренцією, а також з позиції розвитку можливостей суб'єктів харчової галузі, які приймали участь у конкуренції та питаються посилювати своє конкурентне становище у ринковому середовищі під впливом різноманітних факторів та явищ.

Тому, за таких умов, в центрі уваги повинна знаходитися конкурентоспроможність суб'єктів харчової промисловості, які є агентами господарсько-економічної діяльності, а об'єктом дослідження теорії та практики управління постає управління конкурентоспроможністю підприємницьких структур (учасників) конкурентних ринкових відносин у макроекономічному середовищі.

Управління конкурентоспроможністю в системі господарської діяльності є похідною від підсумків всієї діяльності суб'єктів харчової промисловості національної економіки.

У господарських процесах, управління конкурентоспроможністю формує необхідний цілеспрямований вплив на об'єкт суб'єктом макроекономічного середовища та відповідні процеси, які взаємопов'язані з ним, у тому числі забезпечення певної орієнтації системи господарювання на отримання запланованих результатів в умовах посиленої внутрішньогалузевої, регіональної та міжнародної конкуренції.

Конкурентоспроможність продукції споживач оцінює з точки зору своїх потреб і повноти їх задоволення. Володіючи обмеженими можливостями (не тільки фінансовими, оскільки сам процес споживання обумовлений певною «технологією», а отже, «продуктивністю»), споживач прагне максимізувати ступінь своєї загальної задоволеності. Під конкурентоспроможністю продукції заведено розуміти сукупність її властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби проти репрезентованої на ринку аналогічної продукції. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомі переваги над виробами інших товаровиробників. [24] На рис.1.1 представлено базові засади визначення конкурентоспроможності продукції.

Рис.1.1



### Базові засади визначення конкурентоспроможності продукції

Джерело [31]

Першочерговим завданням, що стоїть перед вітчизняними товарами, є забезпечення на виробництві належного рівня конкурентоспроможності, а також підвищення його рівня, що дозволяє досягнути надійний рівень функціонування підприємств та отримати стабільний та регулярний прибуток.

Конкурентоспроможність продукції визначається конкурентними перевагами, які мають конкретний вид продукції: з одного боку, якістю, з іншого боку - цінами. Крім того, на конкурентоспроможність продукції, впливають переваги в рекламі, іміджі виробника, в гарантійному і післягарантійному сервісі і ряд інших переваг, який відрізняють цей товар від

інших. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва і можливості вигідного продажу.

Для оцінки конкурентоспроможності харчової промисловості використовуються наступні формула:

$$\begin{aligned} \text{Конкурентоспроможність} = w_1 \times \text{Якість} + w_2 \times \text{Інновації} + w_3 \times \text{Цінова} \\ \text{політика} + \dots + w_n \times \text{Екологічна стійкість,} \end{aligned} \quad (1.1)$$

де  $w_1, w_2, \dots, w_n$  - ваги для кожного фактора, які відображають їхню важливість. Ваги можуть бути визначені на підставі стратегічних цілей підприємства та ринкових умов. Формула може бути адаптована залежно від конкретних умов і вимог харчової промисловості [97].

Причини конкурентоспроможності продукції полягають в конкурентних перевагах окремих його характеристик, що є наслідком ефективнішого управління процесом розробки, реалізації і експлуатації пропонованої продукції.

Нами було проаналізовано та визначено основні підходи по забезпеченню конкурентоспроможності товарів харчової промисловості, до основних було віднесено [34]:

- Логічний підхід ґрунтується на розгляді підприємства з усіх аспектів, спираючись на особистий досвід компанії. Тобто за цим підходом управління конкурентоспроможністю необхідно будувати, спираючись на конкретні факти, а не власні погляди.

- Відтворювально-еволюційний підхід залучається тоді, коли підприємство прагне удосконалити свій товар або послугу, перейти на більш якісний рівень, аби задовольнити свого клієнта.

- Інноваційний підхід заснований на модернізації процесів виготовлення товару та його доставки або послуги, перехід до нової, більш зручної системи управління з метою отримання конкурентних переваг на ринку.

- За комплексним підходом управління конкурентоспроможністю полягає у

повному системному вивченні усіх економічних, політичних, організаційних технічних та психологічних чинників, з урахуванням усіх показників підприємства за їх впливу.

-Стандартизаційний підхід ґрунтується на орієнтації кінцевого продукції або послуги на певному рівні якості, діяльність з характеристиками нижче цього рівня вважається недопустимою для підприємства.

-Ситуаційний підхід залучається у виборі комплексу заходів управління конкурентоспроможністю відповідно до ситуації на підприємстві та у галузі в цілому.

-Процесний підхід заснований на виявленні елементів, що створюють структуру, їх аналіз взаємодії, конкретні характеристики, з метою оцінки діяльності підприємства, його переваг або недоліків, з метою подальшої роботи над ним.

-Оптимізаційний підхід розглядає управління конкурентоспроможністю як спосіб управління конкурентоспроможністю, на меті якого розробити стратегії за яких буде менше витрачатись ресурсів, часу та енергії, але при цьому більше виготовлялось послуг.

-Поведінковий підхід полягає у дослідженні реакції певних факторів на ситуації, з метою їх аналізу й подальшого контролю.

-За інтеграційним підходом, управління конкурентоспроможністю полягає в переплітанні окремих елементів одного цілого для підвищення ефективності в цілому.

В залежності від мети та ситуації, підприємство обирає один або декілька наукових підходів до управління конкурентоспроможністю. На сьогодні найбільш використовуваним є оптимізаційний підхід, тому що він враховує усі найважливіші фактори та є зручним для аналізу.

## 1.2 Фактори впливу та оцінювання конкурентоспроможності харчової промисловості на світовому ринку

Світовий ринок товарів харчової промисловості визначає взаємозв'язки суб'єктів ринку, перебіг соціально-економічних процесів, організацію сільськогосподарського виробництва, загальну ситуацію в аграрному секторі. Однією з найбільш актуальних проблем сучасної соціально-економічної політики України є формування збалансованих регіональних продовольчих ринків для задоволення попиту населення в якійсній продукції.

Світовий ринок товарів харчової промисловості є частиною національного ринку, на якому предметом купівлі-продажу виступають сільськогосподарська продукція та продовольство. Кінцевою метою і завданням функціонування продовольчого ринку є забезпечення товаропросування продовольчих товарів держави.

Враховуючи те, що товаропросування товарів харчової промисловості є складною просторово-економічною системою, яка складається з численних елементів і взаємозв'язків між ними, вивчення цього ринку потребує всебічного аналізу різноманітних факторів, що визначають його формування і функціонування, а також виявлення особливостей ринкових взаємодій між ними. Лише на цій основі можна успішно виявляти пріоритетні напрями розвитку продовольчого ринку регіону, орієнтовані на його економічну модернізацію [78].

Конкурентоспроможність товарів харчової промисловості відображає їх гнучкість і адаптивність до постійних змін зовнішнього середовища, а також їх можливість ефективно використовувати наявні внутрішні резерви.

Харчова промисловість - одна з провідних структуроформуючих галузей не лише агропромислового й промислового комплексів, а й усього народного господарства України. До її складу входить більше 20 галузей, що виробляють як готову продукцію, так і напівфабрикати. Провідними галузями харчової промисловості України є цукрова, м'ясна, молочна,

олійно-жирова, плодоовочеконсервна, кондитерська, спиртова, виноробна, соляна.

В умовах якісних змін у світовій економіці, викликаних загостренням конкурентної боротьби на всіх її рівнях, інтенсивний розвиток, модернізація та ефективне управління підприємствами харчової промисловості стає запорукою високої конкурентоспроможності країни. Для забезпечення конкурентоспроможності товарів харчової промисловості необхідно аналізувати фактори, які здійснюють на них значний вплив.

Критеріями оцінки конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку слід вважати фактори, які визначають його кон'юнктуру [51]:

- наявність споживача даного виду продукції;
- кількість конкурентів, які випускають аналогічну продукцію;
- обсяги виробництва й реалізації продукції підприємств-конкурентів у цілому й у сфері діяльності українського підприємства;
- важливість для конкурентів «панування» на тому сегменті ринку, який опанований чи планується до «завоювання» вітчизняним підприємством;
- основні напрямки конкурентної боротьби на зовнішньому ринку;
- оцінка стратегічної діяльності конкурентів (контроль за каналами збуту та діяльністю підприємств-постачальників з метою зниження рівня витрат);
- політика горизонтальної інтеграції (з метою виявлення можливостей проведення контролю та управління станом сектору певної галузі);
- розмаїття методів конкуренції (ціни, якість, технологічний рівень, дизайн продукції, сервісні послуги, імідж підприємства, товарний знак тощо);

У сучасних умовах на світовому ринку на зміну ціновій конкуренції прийшла нецінова, тобто конкуренція технічного та якісного рівня продукції. У конкурентній боротьбі за ринки збуту перемагає не той, хто пропонує нижчі ціни, а той, хто пропонує вищу якість, оскільки продукція з кращою якістю значно ефективніша у використанні. Однак при цьому роль ціни не

зменшується, вона завжди була й буде виступати найвпливовішим критерієм максимізації прибутку [36].

Конкуренентоспроможність експортної продукції характеризують показники попиту на неї, а економічний ефект виражається величиною одержаного прибутку від реалізації продукції на зовнішньому ринку.

На конкуренцію у харчовій промисловості національної економіки впливає безліч факторів, серед яких основні:

- техніко-економічні – це процеси та явища макро-, мезо- та мікрорівнів, які впливають на параметри та індикатори ефективності господарювання суб'єктів харчової промисловості;

- фінансово-економічні – це відповідні чинники, які впливають на рівень фінансових параметрів та індикаторів на діяльність суб'єктів харчової промисловості;

- соціальні-економічні – формують систему явищ, які мають вплив на рівень продуктивності праці у харчовій промисловості з урахуванням рівня забезпеченості працівників, їх працездатності, компетентності та ін.;

Конкуренентоспроможність товарів харчової промисловості на світовому ринку є важливим аспектом для країн та виробників, оскільки це визначає їхню здатність ефективно конкурувати та утримувати певний ринковий пай у глобальному масштабі. Декілька факторів впливає на конкурентоспроможність харчових товарів на світовому ринку [86]:

- якість і безпека продуктів: висока якість та безпека харчових продуктів є ключовими факторами. Споживачі та роздрібні мережі дедалі більше акцентують увагу на походженні продуктів та їхній якості.

- Ціноутворення: Ефективне ціноутворення грає важливу роль у конкуренції. Для багатьох товарів харчової промисловості, особливо у світі глобальної торгівлі, ціни можуть бути критичним фактором.

- Інновації: Здатність до впровадження нових ідей, технологій та продуктів дає конкурентну перевагу. Інновації можуть включати в себе нові смакові

рецептури, функціональні добавки до продуктів, вдосконалення упаковки та інші аспекти.

-Бренд та маркетинг: Сильний бренд та ефективна маркетингова стратегія можуть зробити продукти більш привабливими для споживачів, що є важливим фактором в конкурентному середовищі.

-Технологічна ефективність: Використання сучасних технологій виробництва, обробки та управління може підвищити ефективність та знизити витрати.

-Сприйняття споживачів: Розуміння і врахування потреб і смаків місцевих та глобальних споживачів дозволяє пристосовувати продукцію для різних ринків.

-Торговельні угоди та міжнародні стандарти: Здатність відповідати міжнародним стандартам якості та дотримуватися торговельних угод може визначати доступ до різних ринків.

-Сталий розвиток: Споживачі все більше звертають увагу на сталий розвиток та відповідальність виробників перед природою та суспільством.

У контексті глобальної економіки, розвиток імпортно-експортних відносин, участь у міжнародних виставках та ярмарках, а також взаємодія з міжнародними організаціями можуть впливати на конкурентоспроможність харчових товарів. Успішність на світовому ринку вимагає стратегічного планування, постійного аналізу ринку та гнучкості для адаптації до змін.

Стандартизація та сертифікація розглядаються як найважливіші фактори підвищення конкурентоспроможності харчової продукції України, тому важливий аналіз їх потенційної ефективності та надання рекомендацій щодо можливих наслідків їх впровадження.

Особлива роль в забезпеченні високої якості щодо виготовлення продукції в контексті Європейської інтеграції та розширенні ринків збуту належить міжнародній стандартизації. Отримання сертифікатів міжнародного зразка є зеленим коридором для більшості українських товарів та сприятиме покращенню власного іміджу на світовій арені, збільшенню об'ємів

експортованої продукції та залучення більшої кількості інвестицій. Нульове мито, а саме його запровадження це важливий стимул до активного розвитку харчової промисловості, яке використовується Європейським Союзом для більшості товарних груп. Створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС полягає в дотриманні належного інвестиційного клімату, що дозволить збільшити капіталовкладення у вітчизняну харчову промисловість країнами ЄС [10, с. 88].

Стандартизація, що є основою в розвинутих країнах світу розглядається як найважливіший засіб управління народним господарством. Його впровадження сприятиме впливу на якість виробленої продукції та її підвищення, ефективність суспільного виробництва. Стандартизація, яка стоїть на загальнодержавному рівні, може забезпечити оптимальне впорядкування номенклатури, підвищити технічний рівень та покращити якість продукції, а також підвищити якість роботи. В Україні можна спостерігати нове становлення. Зміни торкнулися кожної галузі, в тому числі і харчову промисловість. Це призводить до посилення вимог та відповідності стандартам всієї системи харчового ланцюга.

Розвинуті країни для кожного диктують та висувають певні системи управління якістю продукції. У розроблену систему можна вносити зміни, можна її переробляти, щоб відповідати яким-небудь змінам в процесах технології виробництва. Доцільно звернути увагу на найбільш поширені стандарти якості продуктів споживання у світі, серед яких виділяють HACCP, ISO 9001, ISO 22000, GMP, SQF та інші. Безпосередньо цими стандартами «співпрацюють» і інші, що можуть впливати на якість продукції. До них можна віднести ISO 14000, ISO 50001, GMP+, ISCC Plus [16, с. 122].

Найбільш поширеним стандартом якості продукції та визнаним сертифікатом з харчової безпеки та якості, який діє в більшості провідних країн світу є системи HACCP та GMP+. HACCP (англ. HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Points) - є система контролю якості. Завдяки їй можна визначити загрози та прийняти певні міри контролю не виходячи за

рамки всього виробничого ланцюга. Концепція НАССР відповідає вимогам комісії Codex Alimentarius, яка заснована Всесвітньою організацією з охорони здоров'я та Продовольчим та сільськогосподарським органом ООН для того, щоб об'єднати міжнародні харчові стандарти, правила і кодекси та забезпечити чесні умови торгівлі [23, с. 139].

На економічні умови галузі маю вплив особливі сили, завдяки яким відбувається та стримується розвиток того чи іншого чинника. Серед найвпливовіших чинників, які розглядаються як рушійні, визначають можливість дефініції природи змін, які відбуваються в макросередовищі галузі. Концепція рушійних сил галузі полягає в тому, що функціонують фактори зовнішнього середовища та мають вплив на напрям та інтенсивність галузевих змін. Серед основних рушійних сил виділяють домінантні, кількість яких не перевищує чотирьох. Вони аналізуються в два етапи: перший полягає в ідентифікації рушійних сил, а другий – дослідження їхнього впливу на зміни галузевих економічних показників [33, с. 133].

На наш погляд, одним з важливих економічних факторів є інфляційні процеси. Інфляційні процеси підривають соціальну, економічну і політичну стабільність і являють собою одну з невирішених проблем у сучасному розвитку економіки не тільки в Україні, але і у багатьох країнах світу. Виходячи з бажаної інтеграції України до світового суспільства визначаємо наступне. Високі темпи зростання цін призводять до зниження конкурентоспроможності вітчизняних товарів, через що зростає імпорт, не тільки необхідних ресурсів і товарів, а навпаки, збільшується засилля неякісних товарів широкого вжитку, зменшується експорт, зростає безробіття і відбувається руйнування економіки. Зростання інфляції викликає підвищення попиту на іноземну валюту як найбільш стабільну, спекуляції на валютному ринку, вплив капіталів за кордон, що, у свою чергу, прискорює зростання цін [42, с. 5].

Конкурентоспроможність підприємства і товарів харчової промисловості взаємодіють та взаємно впливають одне на одного.

Нижче нами було визначено деякі способи, які підприємства можуть впливати на конкурентоспроможність своїх товарів у галузі харчової промисловості [39]:

- Якість продукції: Конкурентоспроможність підприємства залежить від якості його продукції. Якщо підприємство виробляє високоякісні товари, це може позитивно впливати на конкурентоспроможність його продукції на ринку харчової промисловості.

- Інновації та дослідження: Підприємства, які інвестують у дослідження та розвиток, можуть створювати інноваційні продукти, які вирізняються на ринку. Це може позитивно позначитися на конкурентоспроможності їхніх товарів у галузі харчової промисловості.

- Брендінг і маркетинг: Сильний бренд і ефективні стратегії маркетингу можуть підсилити конкурентоспроможність як підприємства, так і його продуктів. Споживачі часто обирають товари відомих брендів, що може визначати успіх на ринку.

- Цінова політика: Розумна стратегія ціноутворення може впливати на конкурентоспроможність товарів. Агресивна цінова політика може привертати споживачів та забезпечувати перевагу перед конкурентами.

- Ефективність виробництва та постачання: Підприємства, які мають ефективні виробничі процеси та добре організовані ланцюги постачання, можуть пропонувати свою продукцію за більш конкурентоспроможними цінами та зберігати високу якість.

- Здатність реагувати на зміни в ринкових умовах: Підприємства, які швидко реагують на зміни в умовах ринку, можуть адаптувати свою продукцію до потреб споживачів і залишатися конкурентоспроможними.

Отже, конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність його товарів в харчовій промисловості тісно пов'язані, і успіх в одній області може позитивно впливати на іншу.

Структура та впливовість підприємств харчової промисловості на світовому ринку можуть змінюватися від року до року через конкурентну

боротьбу, фінансові перетрубації, та зміни споживацьких уподобань. Нами було визначено підприємства харчової промисловості які посідають провідне місце на світовому ринку (табл. 1.2)

Таблиця 1.2

## Лідируючі підприємства харчової промисловості на світовому ринку

|                        |  |
|------------------------|--|
| Nestlé                 | Nestlé є однією з найбільших світових корпорацій у сфері харчової промисловості. Вони виробляють широкий спектр продуктів, включаючи напої, продукти для дітей, кондитерські вироби, молочні та м'ясні продукти. |
| Unilever               | Unilever є глобальною компанією, яка виробляє різноманітні харчові продукти, включаючи м'ясо, рибу, молочні продукти, морозиво, супи та соуси, а також товари для догляду за допомогою та особистою гігієною.    |
| PepsiCo                | PepsiCo - одна з провідних компаній у виробництві безалкогольних напоїв, закусок та інших харчових продуктів. Вони володіють такими брендами, як Pepsi, Lay's, Gatorade, Tropicana та багато інших.              |
| The Coca-Cola Company  | Coca-Cola - інша велика компанія у сфері напоїв, вони володіють безліччю брендів, включаючи Coca-Cola, Sprite, Fanta та інші.  |
| Mars, Incorporated     | Mars володіє рядом популярних брендів у сфері кондитерської та харчової промисловості, таких як M&M's, Snickers, Skittles, а також інші товари для домашніх тварин.  |
| Mondelez International | Mondelez - виробник продуктів харчування, до складу якого входять такі бренди, як Oreo, Cadbury, Ritz, Toblerone та інші.  |

Продовження таблиці 1.2

|                     |  |
|---------------------|--|
| Danone              | Danone спеціалізується на виробництві молочних продуктів, йогуртів, напоїв та продуктів для дітей. |
| Kellogg's           | Kellogg's відомий своїми зерновими продуктами, сніданками та закусками.                            |
| Kraft Heinz Company | Компанія, що володіє широким спектром продуктів, включаючи сир, соуси, консерви та інші продукти.  |

Джерело [16]

Ці компанії володіють значним впливом на глобальному ринку та мають значний портфель виробництва та маркетингу.

Отже, підвищення конкурентоспроможності товарів харчової промисловості вимагає як вдосконалення технології виробництва продукції та підвищення її якості, так і її відповідності європейським стандартам і використання європейських стратегій підвищення рівня конкурентоспроможності.

### 1.3 Інвестування конкурентоспроможності харчової промисловості

Харчова промисловість є привабливою для інвестування з багатьох причин. Однією з них є постійне зростання попиту на продукти харчування в усьому світі, особливо в країнах з швидким зростанням населення та розвитком економіки.

Харчова промисловість має широкий спектр підгалузей та секторів, включаючи виробництво продуктів харчування, переробку, логістику, роздрібну торгівлю та багато інших. Це створює багато можливостей для інвесторів з різними інтересами та стратегіями.

Крім того, харчова промисловість є стабільною та відносно незалежною від кон'юнктури ринку. Харчові продукти є необхідними для життя та здоров'я людей, тому попит на них залишається стабільним навіть у складних економічних умовах.

В сучасних наукових публікаціях інвестиційну діяльність розглядають з двох позицій – у широкому та вузькому розумінні. Широке розуміння передбачає, що інвестиційна діяльність — це завжди діяльність, пов'язана із вкладенням коштів в будь-які об'єкти інвестування з метою одержання прибутку. В Законі «Про інвестиційну діяльність», міститься подібне трактування, тобто, інвестиційна діяльність – це сукупність практичних дій держави, юридичних осіб та громадян щодо реалізації інвестиційних вкладень. Вузьке розуміння – власне інвестування, визначається як процес перетворення інвестиційних ресурсів у фінансові або майнові вкладення.

Інвестиційна стратегія може бути представлена у вигляді перспективного плану інвестиційної діяльності, у якому визначено пріоритетні напрямки здійснення інвестицій, форми інвестування, джерела інвестиційних ресурсів, критерії до відбору інвесторів, а також послідовність етапів забезпечення довгострокових інвестиційних цілей. Ефективність розробки інвестиційної стратегії товарів харчової промисловості залежить від певних умов, зокрема динамічності факторів зовнішнього інвестиційного середовища, як прямої, так і непрямої дії. Постійна зміна основних зовнішніх факторів, які впливають на можливості інвестиційної діяльності підприємств, динамічність розвитку технологій, коливання кон'юнктури ринку інвестиційних ресурсів, мінливість інвестиційної політики держави, зміна форм та інструментів регулювання інвестиційної діяльності створюють перешкоди щодо ефективного управління інвестиціями підприємства на основі лише традиційних методів та раніше накопиченого досвіду. Розуміння взаємозв'язку інвестиційної стратегії з іншими елементами з іншими найважливішими елементами загальної стратегії розвитку підприємства, такими, як: маркетингова

стратегія, ринкова стратегія підприємства, фінансова стратегія, рекламна стратегія, дозволяє зробити більш ефективним процес її розробки.

Однією з важливих галузей економіки України є харчова промисловість, оскільки вона має всі необхідні можливості, щоб конкурувати з аналогічними галузями розвинених країн, але галузь харчової промисловості потребує інвестицій у технології, техніку та інновації.

Упродовж багатьох років харчова промисловість є найважливішою, життєво необхідною галуззю для країн Європи. Виробництво продукції харчового типу тісно пов'язане з іншими галузями виробництва: хімічною, машинобудівною, нафтопереробною; тому зміни, які відбуваються в інших галузях промисловості, прямо пропорційно відображаються в діяльності харчової промисловості. Також прямий вплив на харчову галузь має рівень життя в країні, рівень платоспроможності громадян.

Динаміка обсягів та структура інвестицій має вплив на ефективність економічного розвитку харчової промисловості та добробут населення країни.

Інвестиції надають можливість підприємствам розширити та удосконалити виробничі потужності та основні фонди, забезпечити необхідні пропорції. Влиті інвестиції до виробничої сфери можуть забезпечити підвищення технічного рівня та поліпшити розміщення діючих виробництв, а також необхідний приріст потужностей. Якщо прагнуть оптимізувати структуру активів до звертаються до інвестиційних рішень. Вони можуть застосовуватись при визначенні потреби в їх заміні чи ліквідації, коли потрібно розробити методи та засоби реалізації інвестиційної політики; визначитись в потребах фінансових коштів; розробити та затвердити інвестиційні проекти [83, с.55].

Тому надзвичайно важливо проаналізувати визначення основних факторів, які можуть впливати на інвестиційну діяльність в харчовій промисловості та означають її стан і перспективи розвитку. Під основними

причинами, які сприяють зниженню інвестиційної активності в харчовій промисловості розглядають тривалий економічний спад, інфляційні процеси скорочення інвестиційних витрат бюджету, коли зростає фінансування інвестицій із власних і залучених коштів підприємств. Головною причиною можна вважати нестійкий фінансовий стан підприємств харчової промисловості та відсутність інвестицій з боку держави, та недосконалість законодавства [2, с. 210].

Інвестиційне середовище може зазнати кризи через розпорошення інвестицій, відсталість їх технологічної структури, тривалість інвестиційного циклу. Коли скорочуються інвестиції в галузях харчової промисловості, які б сприяли розвитку нових технологій та прогресивної техніки, то довгострокова перспектива закріпить технологічне відставання України в порівнянні з розвинутими країнами світу.

Світова практика констатує, що найефективніші капіталовкладення в харчову промисловість полягають в реконструкції та технічному переоснащенні виробництва. Завдяки цьому в найкоротший період, зазнавши найменших затрат можна оновити матеріальнотехнічну базу, освоїти нові потужності. Тому головним стратегічним напрямком, що сприятиме виходу харчової промисловості з кризового стану, його стабілізації та прискореного розвитку буде знаходження джерел залучення інвестицій. При цьому варто буде врахувати галузеві особливості, прийняття ефективних управлінських рішень щодо розробки та реалізацію інвестиційних проектів, тому що масштаби та спрямування інвестицій мають вплив на результативність діяльності харчових підприємств [5, с. 33].

Харчова промисловість є однією з найбільших реципієнтів іноземних інвестицій в економіку України. Через створення спільних підприємств – так залучаються кошти в харчову промисловість, використовуються кредитні ресурси розвинутих країн. Для того щоб обрати джерело інвестування доцільно розробити та реалізувати політику оптимального поєднання

власних, залучених і позичених коштів, щоб залучити капітал на найвигідніших умовах [4, с. 245].

Харчова промисловість є однією з ключових галузей економіки України, що має великий потенціал для інвестування. Іноземні інвестори демонструють значний інтерес до української харчової промисловості, що обумовлено такими факторами:

Географічне розташування. Україна має вигідне географічне положення і знаходиться на перехресті між Європою та Азією, що робить її привабливою для інвестицій в харчову промисловість [23].

Розвинена інфраструктура. Україна має розвинену транспортну інфраструктуру, що дозволяє швидко та ефективно транспортувати харчові продукти.

Низькі вартості виробництва. В Україні низькі вартості праці та виробництва, що робить її привабливою для інвесторів.

Високий потенціал експорту. Україна має значний потенціал у виробництві та експорті харчових продуктів, що є великим стимулом для іноземних інвесторів.

Перспективи розвитку. Україна має потенціал для розвитку органічного виробництва та виробництва продуктів з певними властивостями, що може стати важливим фактором для залучення інвестицій.

Однак, харчова промисловість України має деякі проблеми, які можуть вплинути на привабливість інвестування, такі як недостатній рівень технологічного розвитку, недостатній рівень інфраструктури, проблеми з експортом, низький рівень виробництва продуктивності та ефективності виробництва.

Для підвищення привабливості інвестування у харчову промисловість України, необхідно вирішувати ці проблеми та активно використовувати потенціал галузі. Для цього можна залучати інвестиції на розвиток новітніх технологій та виробництво продуктів з високою доданою вартістю, зокрема органічних та функціональних продуктів. Крім того, можна розвивати мережу

об'єктів інфраструктури, зокрема зберігання та транспортування продукції, а також розвивати внутрішній ринок споживання харчових продуктів [43].

Важливо також звернути увагу на підвищення якості та безпеки харчових продуктів, що дозволить залучати більше іноземних інвесторів та розширювати експорт. Для цього можна впроваджувати міжнародні стандарти якості та безпеки продуктів харчування, покращувати контроль якості та виробничі процеси, а також підвищувати кваліфікацію працівників у галузі.

Отже, харчова промисловість України має великий потенціал для інвестування, але для його реалізації необхідно вирішувати проблеми та використовувати потенціал галузі. Залучення інвестицій на розвиток новітніх технологій та виробництво продуктів з високою доданою вартістю, розвиток інфраструктури та контроль якості та безпеки продуктів харчування можуть допомогти досягнути цієї мети.

В Україні є всі необхідні умови для розвитку інноваційної діяльності, але перешкодою є те, що не створені умови для впровадження конкурентоспроможних розробок, також удосконалення потребує інноваційна діяльність підприємств харчової промисловості.

Прикладом недостатнього рівня розвитку інвестиційної діяльності в Україні є те, що інвестиційними ресурсами для харчової промисловості є позикові і власні кошти самих підприємств.

Україна має досить велике розмаїття в харчовій галузі: виробництво молока, олії, хліба, цукру, кондитерських виробів, м'яса та інших продуктів. У XIX та XX столітті серед основних країн-експортерів продукції харчування Україна займала перші місця. Також Україна входила в п'ятірку найбільших експортерів цукру, зерна, м'яса, яєць та меду.

Разом з цим можна констатувати, що питання фінансування інноваційних проектів, які б були результативними для економічного розвитку України мало вивчені. Тому варто більш детально обґрунтувати

напрями інвестиційної діяльності, яка спрямована на впровадження інновацій у харчовій промисловості України.

Таблиця 1.3

Статистика обсягу інвестицій залучених у сектор харчової промисловості України за 2021-2022рр. тис.грн.

| Група товарів харчової промисловості  | 2021     | 2022     | Темп приросту % |
|---|----------|----------|-----------------|
| Виробництво харчових продуктів  | 21138819 | 13769988 | -34%            |
| Виробництво м'яса та м'ясних продуктів  | 4729632  | 4098915  | -13%            |
| Перероблення та консервування риби, ракоподібних і молюсків                                     | 261460   | 169385   | -35%            |
| Перероблення та консервування фруктів і овочів  | 746530   | 890734   | 19%             |
| Виробництво олії та тваринних жирів   | 3645607  | 2504058  | -31%            |
| Виробництво молочних продуктів  | 1995206  | 1456995  | -26%            |
| Виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів | 2153506  | 7584152  | -64%            |
| Виробництво хліба   | 3452346  | 1287059  | -62%            |
| Виробництво напоїв  | 5372162  | 2828221  | -47%            |

Джерело: [103]

Інтенсифікація інвестиційних процесів має спрямування на те, щоб оновити виробництва та підвищити якість, конкурентоспроможність

продукції та прибутковість підприємств, які є не тільки важливим фактором забезпечити продовольчу незалежність України, а й сприяти її виходу на світовий і регіональні продовольчі ринки. При цьому формується ефективна структура народногосподарського, агропромислового та промислового комплексів, зростає економічний та соціальний розвиток та підвищення життєвого рівня населення.

Інвестиційний ризик особливо збільшується в періоди макроекономічних зрушень, зокрема, коливань ринкових попиту та пропозиції, банківських облікових ставок, темпів інфляції тощо. Практично всі основні інвестиційні рішення тією або іншою мірою впливають на можливість появи ризикованих ситуацій. У першу чергу, це пов'язано з вибором форм та систем інвестиційної діяльності, пошуком джерел і напрямків вкладання інвестиційних ресурсів, шляхів реформування економіко-виробничої діяльності підприємства, впровадженням нових організаційних структур управління ІД тощо. Велике значення має професіоналізм інвестиційних менеджерів у процесі розробки і реалізації інвестиційної стратегії, оскільки саме від них залежить як своєчасність передбачення ризикованих ситуацій, так і ефективне використання арсеналу спеціальних заходів для уникнення ризику або зменшення його наслідків.

Серед основних напрямів стимулювання вітчизняних та іноземних інвестицій у харчову промисловість варто звернути увагу на регіональні програми стимулювання приватних інвестицій, на розвиток ринку цінних паперів.

Таким чином, інвестиції мають вирішальний вплив на утворення темпів економічного зростання та добробут населення країни. Серед факторів, які стимулюють інвестиційну діяльність в харчовій промисловості варто виділити ріст обсягу валового внутрішнього продукту, підвищення доходів населення, зміцнення платіжнорозрахункової дисципліни, покращення фінансового стану підприємств харчової промисловості. Стабілізація і ріст ефективності сільськогосподарського виробництва мають тісний зв'язок з

науковими основами структурної та інвестиційної політики в умовах ринкових відносин, тобто із створенням гнучкого механізму регулювання розвитку і розміщення виробництва, визначення функцій і напрямів інвестування, реалізацією державних та регіональних програм розвитку харчової промисловості.

## **Висновки до розділу 1**

Відповідно до поставлених завдань в даному розділі було проаналізовано та визначено сутність та підходи по забезпеченню конкурентоспроможності товарів харчової промисловості; визначено фактори оцінки конкурентоспроможності товарів харчової промисловості на світовому ринку; розглянуто важливість інвестування як невід'ємної частини розвитку конкурентоспроможності харчової промисловості.

Аналіз показав, що конкурентоспроможність – це здатність продукції бути привабливішою для покупця в порівнянні з іншими виробами аналогічного виду й призначення, завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку й споживчим оцінкам.

Нами було визначено підходи по забезпеченню конкурентоспроможності товарів харчової промисловості, до основних підходів відносяться - контроль систем якості; забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління; застосування сучасних методів аналізу й розробок; формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності.

Нами було розглянуто фактори що впливають на конкурентоспроможність товарів до основних було віднесено:

- зовнішні: економічний стан країни, галузі, регіону; демографічні фактори; рівень розвитку інформаційних технологій; науково-технічний прогрес; споживачі; постачальники; системи контролю якості; інші фактори;

- внутрішні: фінансові ресурси; виробничі ресурси; маркетингові ресурси; організаційні фактори та менеджмент.

Було проаналізовано важливість залучення інвестицій у харчовий сектор та було визначено, що від динаміки обсягів та структури інвестицій залежить ефективність економічного розвитку харчової промисловості та добробут населення країни. Для того щоб забезпечити конкурентоспроможність товарів на світовому ринкові потреба залучення інвестицій в харчовий сектор є надзвичайно важливою, так як вони впливають на забезпечення конкурентоспроможності продукції і підвищення її якості; структурної перебудови виробництва; створення необхідної сировинної бази для ефективного функціонування підприємств; відновлення основних виробничих фондів; підвищення технічного рівня праці і виробництва.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

### **2.1 Вплив конкурентоспроможності харчової промисловості на економіку України**

Ефективне функціонування будь-якої галузі промисловості країни – це не тільки виробництво продукції, її наявність на внутрішньому ринку та її експорт, але й стабільне поповнення бюджету сплатою податків, зборів й платежів та соціальні аспекти: наявність робочих місць, стабільність їх доходу, високий рівень заробітної плати тощо. Питання забезпечення економічної безпеки функціонування підприємств харчової промисловості мають не тільки значення на мікрорівні – об'єктів національної економічної системи, але й на макрорівні – економіки країни, так як ефективна і конкурентоспроможність товарів харчової промисловості суттєво впливає на рівень економічної та продовольчої безпеки України. Як показали попередні розвідки, актуальними питаннями сучасного ефективного функціонування промислових підприємств та забезпечення їх конкурентоспроможності, особливо харчової промисловості, є протистояння змін зовнішньому середовищу – впливу всього спектру глобалізаційних процесів на всіх рівнях економічної системи. Принциповим в такій ситуації є не тільки можливість протистояння підприємств таким змінам зовнішнього середовища, але і відповідної їх реакції [15, с. 31].

Однією з першочергових задач, що стоять перед вітчизняними підприємствами, є забезпечення на підприємствах належного рівня конкурентоспроможності, а також підвищення його рівня для досягнення надійного рівня функціонування підприємств та отримання стабільного та регулярного прибутку. Для досягнення цієї задачі необхідне глибоке вивчення сутності понятійно-категоріального апарату «конкурентоспроможність» та

його класифікації, аналіз зовнішнього середовища та внутрішньої структури при яких підприємство функціонує та призводить до пошуку певних резервів і знаходження методів для забезпечення гідної конкурентоспроможності підприємств, управлінню конкурентоспроможністю на них, отримання захисту і підтримки вітчизняних підприємств харчової промисловості з боку держави, а також регулювання таких процесів

Маючи обмежений доступ до зовнішніх ринків, наявність сучасних вимог до якості товарів і послуг, низька активність та ефективність інноваційної діяльності, недосконалі бізнес-процеси та неякісний менеджмент характеризують конкурентоспроможність підприємств в державі, а також відсутність державної підтримки вимагають певних методів та інструментів, завдяки яким буде забезпечена конкурентоспроможність, яка повинна відповідати сучасним умовам відкритої економіки.

Підвищення конкурентоспроможності в державі - це певні зміни, які повинні бути чітко спланованими та мати наявний стратегічний підхід підприємства. Для того, щоб підприємство ефективно функціонувало йому необхідні розроблені стратегії такого підвищення, які б враховували всі аспекти сприяння та протидії. Процес підвищення конкурентоспроможності має враховувати специфіку взаємозв'язку, яка виникає між елементами організації та оточенням. Як результат – це процес прийняття рішень (включаючи цілі, методи), завдяки якому досягаються цілі підвищення конкурентоспроможності [17, с. 166].

Ринок, а саме ринкове середовище мають безпосередній вплив підвищення конкурентоспроможності підприємства, оскільки в цьому середовищі функціонує підприємство та зароджуються його особливості. Серед таких особливостей варто висвітлити: глобалізацію ринку та наявну всесвітньо інформаційну мережу. До суттєвих факторів глобалізації можна віднести всесвітньо доступні засоби інформування: радіо, телебачення, пресу та Інтернет. Завдяки появі глобального Інтернет-середовища компанії отримали можливість швидкого проникнення на світовий ринок.

Таким чином, можна констатувати, що в сучасному світі глобалізації сприяє наявна та розвинена всесвітньо інформаційна мережа. Кібернетичний простір, де відсутні національні кордони, сприятиме процесу глобалізації виробництва, розвитку торгівлі, фінансових потоків. Інформація в такому випадку може стати основним виробничим ресурсом. Тому, в умовах інформаційної економіки інформації відводиться першорядне значення. Тому, конкурентоспроможність підприємства є основним фактором національного розвитку та корпоративного виживання [7, с. 138].

Низький рівень конкурентоспроможності, який притаманний українським підприємствам спричинений технологічними, технічними, дизайнерськими, ціновими проблемами. До таких проблем можна віднести швидкі темпи інноваційного розвитку. Крім того, українські підприємства не мають певного досвіду функціонування в умовах ринку. Для вирішення означених проблем варто здійснювати певні дії в різних напрямках, однак найбільш результативним в цьому плані будуть організаційні фактори та ефективні форми здійснення виробничо-господарчої діяльності [22, с. 78].

Конкурентоспроможність підприємства, яке функціонує на певному ринку, характеризується вмінням задовольняти потреби покупців краще, ніж це можуть зробити конкуренти. Для вирішення цього завдання необхідні різні підходи, які здійснюються в різний час та залежать від постійно мінливих умов внутрішнього і зовнішнього середовища. Підприємство повинно бути гнучким та вміти підлаштовуватись до змін зовнішнього середовища та вчасно вміти реагувати на ці зміни [62].

В останні роки діяльність підприємств виражається надзвичайною складністю, різноплановістю та динамічністю. Технології, інформація, гроші, система менеджменту змінюються набагато швидше, що призводить до створення нових конкурентних ринків. Тому політика підприємств повинна постійно розробляти та застосовувати інноваційні стратегії, для віднайдення конкурентної позиції на ринку. Якщо підприємства конкурують один з одним, то завдяки таким інфраструктурам як телекомунікації, транспорт, рівень

освіти та технічні навички буде заохочуватись конкуренція. Грунтом конкуренції є шлях поряд з технічними, технологічними, інформаційними інноваціями, з урахуванням зовнішніх та внутрішніх факторів.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства можна досягти завдяки орієнтації підприємства, яка звернена на споживача, поліпшення якості продукції, впровадження інноваційної політики. Її можна забезпечити через якісне використання ресурсів, до яких можна віднести і людський фактор. Неабияку роль у підвищенні конкуренції відіграють поліпшені умови роботи. Як вже зазначалось вище, особлива увага у розвитку конкурентоспроможності приділяється людським ресурсам, оскільки вони є ключовим елементом продуктивності.

Отримавши членство в Світовій організації торгівлі та Угода про асоціацію з Європейським Союзом для України відкрили шлях до інтенсифікації. Подальша лібералізація відносин між торговельними партнерами сторили нові можливості для українських експортерів та посприяли їх виходу на новий ринок, де буде висока купівельна спроможність.

Велике значення для ринку нашої держави має підписання Угоди про вільну торгівлю з Європейською асоціацією вільної торгівлі (ЄАВТ). До неї входять Норвегія, Ісландія, Ліхтенштейн і Швейцарія. З часом була укладена угоду між Україною та Чорногорією про вільну торгівлю. Це мало велике значення, оскільки дало змогу розширити присутність вітчизняного експорту на ринках Балканського регіону.

Таблиця 2.1

## Вплив світових організацій на харчову промисловість України

| Організація                  | Роль  |
|------------------------------|---|
| Світова організація здоров'я | Організація здоров'я встановлює стандарти та рекомендації щодо безпеки та якості продуктів харчування. Україна може |

|  |  |
|--|--|
|  | використовувати ці стандарти для покращення своїх практик виробництва. |
|--|--|

Продовження таблиці 2.1

|   |  |
|---|--|
| Світова організація торгівлі  | WTO сприяє розвитку міжнародної торгівлі, у тому числі продуктами харчування. Членство в WTO допомагає Україні підвищити свою конкурентоспроможність на світових ринках.   |
| Європейська банківська асоціація з реконструкції та розвитку (ЄБРР) | ЄБРР надає фінансову підтримку проектам у галузі харчової промисловості в Україні, сприяючи модернізації виробництва та підвищенню ефективності.   |
| Європейська комісія   | Україна має асоціативну угоду з ЄС, що передбачає наближення стандартів до європейських. Європейська комісія може впливати на розвиток харчової промисловості в Україні шляхом сприяння та контролю відповідності стандартам ЄС. |

Джерело [57]

На конкурентоспроможність товарів харчової промисловості мають вплив виконання наступних умов:

- правильність розуміння переваг зарубіжних споживачів;
- знання правил і культури ведення бізнесу в певних країнах;
- знання рівня конкурентоспроможності в галузі;
- зміна власного товару та модифікацій відповідно до смаків і традицій споживачів тієї країни, де буде реалізовуватись товар;
- врахування особливостей каналів розподілу;
- правильний вибір способу проникнення на ринок;
- врахування культурних, соціальних, політичних, технологічних, екологічних та юридичних особливостей [24, с. 50].

На процес глобалізації ринку суттєво має вплив інформаційна мережа. Технічний прогрес та вміння менеджерів значно сприяють розширенню можливостей підприємства, що дозволяє спроектувати роботу та успішно вийти на світовий ринок. Крім того, інформація швидше передається та

зменшуються витрати на передачу інформації, адже вона є найважливішим виробничим ресурсом. Кібернетичний простір не має національних кордонів, а тому глобалізація виробництва відбувається швидше, успішніше провадиться торгівля, керуються фінансові потоки.

Продажі в онлайн режимі на даний час найбільш актуальними. Завдяки своїй популярності вони заміняють традиційні форми зовнішньої торгівлі. Аналізуючи мережевий простір, можна констатувати, що більше 80% продукції бізнес-ринку реалізується саме через інтернет. Така реалізація продукції перевищує вразі обсяг продукції споживчого ринку. Таким чином, ринкова конкуренція висуває перед підприємствами певні завдання, які полягають у прийнятті певних рішень щодо мінливого конкурентного середовища функціонування та розв'язання проблеми формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю. Можна констатувати, що завдяки конкурентоспроможності підприємства мають змогу забезпечити, зберегти або розширити конкурентні позиції на цільовому ринку, а також можуть впливати на ринкову ситуацію, виготовляючи якісну продукцію або послуги. Отже, задовольняються специфічні вимоги споживачів та забезпечується ефективність їх функціонування.

Таким чином, можна сказати, що в умовах глибоких структурних змін міжнародного і національного ринку головне завдання підприємства полягає в знаходженні своєї ніші в жорстких умовах конкуренції на світовому ринку. Для цього підприємство, що діє в глобальній економіці, має враховувати особливості сучасного ринку.

Розвиток малого бізнесу є важливим кроком не тільки для забезпечення ефективності економіки України та її розвитку, але й для забезпечення конкурентоспроможності та ефективного функціонування підприємств харчової промисловості. Прикладом ефективної діяльності будь-якої галузі за кордоном, є значний розвиток підприємств саме малого бізнесу, їх широка підтримка з боку держави та постійний пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств [26, с. 77], що потребує застосування

нових інструментів та економічних методів управління діяльністю підприємств.

Аналіз ефективності діяльності та забезпечення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості в Україні є стратегічною та бюджетоутворюючою. Особливо актуальне у сучасний час, коли багато промислових підприємств України є збитковими та мають значні проблеми функціонування не тільки на внутрішньому ринку, але й з експортом продукції на зовнішньому ринку, тому потребують детального аналізу їх стану, методів, інструментів, процесів такого забезпечення і підвищення ефективності їх діяльності та конкурентоспроможності [29, с. 34].

Розвиток виробництва в будь-якій країні визначається за допомогою міжнародного порівняння. Оцінка конкурентоспроможності розглядається як найважливіший показник, який може здійснити істотний вплив на розвиток не лише окремих підприємств, а й національної економіки в цілому.

Конкурентні позиції, які займає Україна є досить нерівномірними. Тут поєднано високу оцінку за уміння та креативність та низьку якість інституцій, а також наявність макроекономічних проблем. Саме це впливає на розвиток конкурентоспроможності підприємств та їх виходу на світовий ринок. Одними із причин, за які Україна отримала низькі бали стала інфляція, не вміння вести бізнес, тероризм, динаміка боргу, захист прав власності, податки та субсидії, що впливають на конкурентність. Сюди варто віднести якість доріг, не належне фінансування малого та середнього бізнесу, відсутність стабільної заробітної плати, ненадійність банкової системи, темпи росту інноваційних компаній, збільшення проблемних кредитів. На Світовому економічному форумі серед основних проблем, які стоять перед українськими підприємцями були озвучені інфляція, корупція, нестабільність політики, податкові ставки і адміністрування. Крім того, лєвова частка таких проблем виникає через нестабільність керівництва державою, часті ротації в

уряді, що тягне за собою слабку доступність фінансування, а також вкорінена бюрократія у держустановах.

Повномасштабне вторгнення вплинуло на дохід населення, який зменшився вразі через втрату робочих місць, оскільки не всі підприємства релакувались та продовжили свою діяльність. Тому ми спостерігаємо масову високу трудову міграцію. Минулого року більше 8,2 млн. українців виїхали за кордон та до країн близького зарубіжжя, і не тільки. Є надія, що з стабілізацією в країні, більша частина із них повернеться, однак це тільки надія. Тому на більшості підприємств створюється дефіцит кваліфікованих кадрів всередині країни. На нього має вплив ще й мобілізація в країні. Звичайно ж, що працездатне населення має значення для конкурентоспроможності країни та її продуктивності [33, с. 245].

Стабільність макроекономічного середовища – запорука національної конкурентоспроможності. Держава не може ефективно надавати послуги, якщо вона змушена сплачувати високі відсотки за минулі борги. Бюджетний дефіцит обмежує спроможність держави реагувати на цикли ділової активності й інвестувати у заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності.

Таким чином, врахувавши умови та передумови регіонального економічного розвитку, виявивши певні тенденції та закономірності визначили, що складає основу вироблення ефективного механізму економічного регулювання та розвитку конкурентоспроможності. Не викликає сумнівів, що найбільш актуальним є економічне регулювання, яке потребує подальших комплексних досліджень, підбір певних інструментів, які можуть забезпечити економічний розвиток виробництва [89].

## 2.2 Оцінка конкурентоспроможності вітчизняної харчової промисловості

Міжнародна конкурентоспроможність є новим поняттям як для світової та і української економіки, це констатує те, що наразі загальноприйняте визначення, зміст та розуміння цього поняття немає. Найбільш складне завдання для світової економіки полягає в стійкому забезпеченні конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та вироблення ними товарів. Розв'язання означеного питання для України є досить складним, насаперед через те, що наша держава має надзвичайно малий досвід у цій сфері.

Оцінювання конкурентоспроможності продукції включає в себе визначення того, наскільки ефективно товари чи послуги можуть конкурувати на ринку в порівнянні з іншими продуктами чи послугами. Цей процес може бути складним і вимагати врахування різноманітних факторів. Ось кілька методів оцінювання конкурентоспроможності продукції:

Аналіз SWOT:

- Strengths (Сильні сторони): Ідентифікація особливостей продукції, які роблять її конкурентоспроможною.
- Weaknesses (Слабкі сторони): Визначення недоліків або обмежень продукції.
- Opportunities (Можливості): Виявлення можливостей для покращення або розширення продукції.
- Threats (Загрози): Визначення факторів, які можуть ускладнити конкуренцію на ринку.

Аналіз портфеля:

- Використання матриці Бостонської консалт2ингової групи (BCG) для розподілу продуктів чи послуг за категоріями: зірки (високий ріст, велика частка ринку), гроші (низький ріст, велика частка ринку), питома вага (високий ріст, мала частка ринку), собака (низький ріст, мала частка ринку).
- Аналіз портерівської моделі "П'ять сил":

Визначення потенційних конкурентів, потужностей постачальників і покупців, загроз заміщення продуктів і визначення рівня конкуренції в галузі.

- Оцінка витрат:

Визначення загальних витрат на виробництво продукції та порівняння їх із сумарними витратами конкурентів.

- Аналіз якості:

Оцінювання якості продукції та порівняння її із стандартами галузі.

- Оцінка інновацій:

Визначення рівня інновацій у продукції, нових технологій чи виробничих методів.

- Дослідження ринку та споживчих тенденцій:

Вивчення попиту споживачів, їхніх уподобань та тенденцій на ринку.

- Оцінка бренду та репутації:

Врахування впливу бренду та репутації компанії на споживачів.

- Порівняння з конкурентами:

Аналіз результатів та характеристик продукції у порівнянні з конкурентами на ринку.

Ці методи можуть використовуватися окремо чи в комбінації для отримання повної картини про конкурентоспроможність продукції. Успішна стратегія оцінки конкурентоспроможності дозволяє компаніям розробляти та впроваджувати ефективні заходи для підвищення свого положення на ринку.

Для вимірювання стратегічної конкурентоспроможності використовується ряд підходів та індикаторів. Існує декілька підходів до оцінки конкурентоспроможності фірми: засновані на оцінці конкурентоспроможності товару, на основі його стратегічних потенціалів, та на теорії ефективної конкуренції. Всі існуючі методики оцінок можна умовно розділити на три групи [57].

Перша з них заснована на побудові агрегатних показників, що включають різні складові. Дана система охоплює наступні групи показників: ціна та собівартість продукції, продуктивності праці тощо.

Друга група - це методики, засновані на визначенні одного індикатора; як і в першій групі, тут використовуються дані підприємств, але дається одностороння оцінка конкурентоспроможності підприємства. Головний недолік цих методик – використання суб'єктивних експертних оцінок, що в значній мірі спотворює реальний стан оцінюваного становища.

Третя група – це методики розрахування конкурентоспроможності з розширеною кількістю параметрів. Недолік їх полягає в тому, що статистичні дані по ряду показників відсутні в деяких підприємства, і не по всіх підприємствах можна отримати дані по обраному набору показників.

При розрахунку стратегічної конкурентоспроможності з розширеною кількістю параметрів необхідно реалізувати кілька послідовних етапів формування 8переліку показників ( $i= 1 \dots n$ ), за якими буде проводитися оцінка; визначити ступінь значущості кожного показника ( $k_i$ ); розрахувати середній темп росту кожного показника за декілька періодів, що передують етапу реалізації стратегії, та темп росту відповідного показника за період реалізації стратегічного плану; проаналізувати динаміку зміни показників; визначити ступінь реалізації стратегії у відсотках за такою формулою:

$$i = \sum_{i=1}^n k_i \times (g_i \pm f_i), \quad (2.1)$$

де  $n$  – кількість показників, од.;  $k_i$  – ступінь значущості  $i$ -го показника, %;  $g_i$  - параметр, що відображає динаміку зміни  $i$ -го показника та відповідно приймає за позитивної динаміки одиничне значення, а за негативної нульове;  $f_i$  – коригування, що за необхідності може вноситися керівником або аналітиком у випадках, коли порівнювані темпи росту приблизно дорівнюють один одному або коли динаміка зміни пов'язана із форс-мажорними обставинами [104].

Даний підхід дозволяє простежити вплив кожного окремо взятого показника на загальний рівень досягнення цілей. Тобто оцінка стратегічної конкурентоспроможності включає в себе такі процеси:

1. відбір складу показників;
2. вибір методики розрахунку інтегральної оцінки;
3. виконання розрахунків за запропонованою методикою, аналіз і обґрунтування обраної методики [104].

Нами було проаналізовано індекси оцінки конкурентоспроможності харчової промисловості України на світовому ринку (табл. 2.2)

Таблиця 2.2

Розрахунок індексів відносної експортної конкурентоспроможності та відносної залежності від імпорту деяких видів товарів України за 2022 рік

| Групи товарів<br>згідно УКТ<br>ЗЕД | Індекс відносної<br>експортної<br>конкурентоспроможності<br>- RХА |        | Індекс відносної<br>залежності від<br>імпорту – RMP |      | Індекс відносних<br>торговельних переваг<br>– RТА |        |
|------------------------------------|---|--------|---|------|---|--------|
|                                    | 2021  | 2022   | 2021  | 2022 | 2021  | 2022   |
| Пшениця                            | 24,19   | 26,22  | 0,02  | 0,02 | 24,15   | 26,20  |
| Кукурудза                          | 45,98   | 44,48  | 1,23  | 1,67 | 43,97   | 42,81  |
| Молоко та<br>молочні<br>продукти   | 5,10  | 5,25   | 0,57  | 0,49 | 5,01  | 4,76   |
| Олія<br>соняшникова                | 221,95  | 249,22 | 0,01  | 0,01 | 219,17  | 249,21 |
| Цукор білий                        | 11,24   | 10,88  | 0,02  | 0,01 | 11,19   | 10,87  |

Джерело [76]

Наприкінці ХХ століття завдання конкурентоспроможності та її забезпечення українських підприємств стояло тільки перед окремими організаціями, в які були орієнтовані на експорт. Тому саме завдяки кардинальним економічним реформам та розвідкам конкурентоспроможності,

які почали висвітлювались в українській науці як теоретично так і практично воно набуло значущості. Ті варіанти, які представлені в вітчизняних та зарубіжних аналізах проблему забезпечення конкурентоспроможності відображають слабко зміни, які можна спостерігати у світовій економіці. Ці зміни пов'язані з процесом глобалізації, який впливає та загострює міжнародне суперництво, яке представлене в різних формах, завдяки різним методам та торкаються різних рівнів економіки.

Таблиця 2.3

Статистика експорту конкурентоспроможних товарів України на світовому ринкові за листопад 2021-2023 роки

| Категорія товарів                                       | 2021  | 2022   | 2023  | Темп приросту % 2021-2022 | Темп приросту % 2022-2023 |
|---|-------|--------|-------|---------------------------|---------------------------|
| зернові культури  | 77.3% | 69.8%  | 82.3% | -7.5%                     | 12.5%                     |
| продукція борошномельно-круп'яної промисловості         | 98.1% | 100.9% | 62.9% | 2.8%                      | -38%                      |
| молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед | 69.3% | 102.1% | 79.1% | 32.8%                     | -23%                      |
| м'ясо   | 89.1% | 86%    | 87.2% | -3.1%                     | 1.2%                      |
| риба і ракоподібні                                      | 63.8% | 65.3%  | 27.6% | 1.5%                      | -37.7%                    |
| Овочі   | 67.8% | 76.3%  | 73.9% | 8.5%                      | -2.4%                     |

Джерело [103]

Міжнародна конкурентоспроможність як найважливіша комплексна характеристика характеризує якісний стан товарів, суб'єктів господарювання, їх структурні зміни у порівнянні з відповідними аналогами інших країн [50,

с.118]. Конкуентоспроможність вітчизняних підприємств харчової промисловості, а саме їх підвищення для України є стратегічно важливим. Розвиваючись, промисловість має позитивний вплив не тільки на динаміку економічного зростання в країні, а також завдяки цьому держава може отримати певний статус серед світових країн-лідерів, які виробляють продукти харчування.

Найбільші обсяги експорту харчової продукції з України складаються з наступних товарів [87]:

- Зернові культури (основні позиції: пшениця, кукурудза, ячмінь);
- Перероблені продукти з молока (основні позиції: сир, масло);
- Соняшникова олія;
- М'ясо та м'ясопродукти (основні позиції: свинина, птиця, яловичина);
- Овочі та фрукти (основні позиції: цибуля, картопля, яблука).

Основними країнами-партнерами з імпорту харчової продукції з України є країни Європейського Союзу, зокрема Польща, Німеччина, Італія, Іспанія, Франція, а також країни Східної та Південно-Східної Азії, зокрема Китай, Індія, Туреччина, Єгипет.

Проте, важливо зазначити, що Україна має конкурувати з іншими країнами, які також активно розвивають свої харчові промисловості та експортують свою продукцію на світовий ринок. Для збільшення експорту та зміцнення позицій України на світовому ринку необхідно продовжувати розвивати якість продукції, забезпечувати дотримання стандартів безпеки та якості, відповідати на потреби споживачів та ринку, а також розвивати нові продукти та технології виробництва.

Основні чинники, які впливають на прибутковість підприємства це: *закупівельна ціна, ефект масштабу, продуктивність та собівартість.*

Українська ціна, для прикладу, на молочні продукти є сприйнятною у порівнянні з іншими європейськими країнами. Експортування молочної продукції з України закордон значно може збільшити прибутковість молочної галузі. За звітом Dairy: World Markets and Trade у якому зазначено, що цього

року ціна на вершкове масло в Європі складає 8140 дол./тонну у порівнянні з ціною в Україні –4460 дол./тонну ( за курсом 2823 гривні за 100 дол. станом на 30.11.2018). У Франції фіксується дефіцит масла, то слід лише уявити який прибуток могла б отримати Україна за експорт даної продукції. Якщо обрати для порівняння стандартну упаковку 200 гр. масла жирністю 82%, то отримаємо, що в США найдорожче масло– 135 грн. У Румунії вартість продукції становить– 66 грн, в Естонії –46 грн та в Литві за 43 грн.. Найнижчими ціни виявилися в Україні 38 грн. та у Польщі – 34 грн.

Основними імпортерами молочної продукції є Німеччина, Китай та Франція. Експорт української молочної продукції здійснюється не лише до країн СНД. Марокко є найбільшим імпортером українського масла (28% загального експорту масла в першому півріччі 2018 року), Туреччина є другою за величиною імпортером з 18 % частки в загальному обсязі, Європа імпортує с. 9% українського масла. Близько 9% молочної продукції експортується до Китаю. Щодо сухого знежиреного молока, то воно експортується до Бангладешу, Малазії, Філіпін, Ізраїлю у відношенні 22%, 6%, 5%, 3% відповідно [31].

Нами було проведено аналіз даних Державної служби статистики України по експорту молочної продукції у 2023 році. У травні Україна експортувала близько 9,76 тис. т молочної продукції, що на 29,78% більше, ніж у квітні минулого року. Основними експортними категоріями в 2023 році в грошовому еквіваленті стали: сухе і згущене молоко (частка у загальній сумі виручки 25,57%), молоко та вершки незгущені (21,89%), молочна сироватка (16,75%) та морозиво (14,68%).

До того як у 2022 році показники на експорт молочної продукції складали: Масло – 24%, морозиво 6%, сухе молоко та згущене – 26%, молочна сироватка – 5%, кисломолочна продукція - 1%, молоко та вершки – 5%.

Експорт сухого і згущеного молока у травні 2023 року зріс до 2,49 тис. т (на 39,23% більше, ніж у квітні). Виручка від експорту цього виду продукції

зросла до 6,03 млн дол. (+35,69%). Близько 62% експорту сухого і згущеного молока було відправлено в напрямку ЄС.

У травні Україна експортувала 321 т кисломолочних продуктів на суму 397 тис. дол., що на 37,59% більше в натуральних обсягах, і на 32,75% більше в грошовому еквіваленті. Близько 99,6% експортованого товару було відправлено в Молдову, ОАЕ і Вірменію.

Експорт молочної сироватки з України зріс на 36,64% до 1,63 тис. т. Виручка від експорту цього виду продукції становила 1,02 млн дол., що на 26,82% більше, ніж у квітні. Головними напрямками збуту молочної сироватки в травні були Китай (30,6%), Польща (26%), а також Малайзія, Йорданія, Лівія, Філіппіни, В'єтнам, Саудівська Аравія, Туреччина, Ліван і Молдова, куди було відвантажено 44% товару.

Експорт українських сирів зріс до 705 т (+27,04%), а виручка зросла до 3,24 млн дол. (+20,66%). На частку Молдови і Казахстану прийшлося близько 80,38% сирного експорту України.

У травні Україна експортувала 1,43 тис. морозива, що на 62,78% більше, ніж у квітні. Виручка склала 4,52 млн дол., що на 62% більше порівняно з попереднім місяцем. Левова частин2а українського експорту морозива прийшлася на ЄС (53%) і Молдову (30,42%).

У травні українські постачальники скоротили поставки вершкового масла та казеїну на зовнішні ринки. Експорт вершкового масла становив 558 т на суму 4,28 млн дол. Це майже на 45% менше в натуральних обсягах і на 48% менше у грошових обсягах. Головними напрямками експорту масла були Молдова та Азербайджан, куди було відвантажено 61% товару.

Обсяги експорту казеїну та казеїнатів минулого місяця склали 476 т на суму 3,2 млн дол. Натуральні обсяги експорту товару скоротилися на 23%, а виручка зменшилася на -39,54%. Переробники скорочують обсяги виробництва технічного казеїну в умовах зниження цін на товар.

Завдяки основним імпортерам молочної продукції Україна може розширити свої межі реалізації експортної продукції молочної галузі, та відповідно збільшити свій прибуток.

Переважно імпортуються сири, сухе молоко, масло. Звичайно ж, що не вигідно експортувати продукцію яка має малий термін зберігання – пастеризоване молоко.

Світова економіка продовжує свій ріст, що є головним фактором для збільшення попиту на молочну продукцію. Збільшення попиту – збільшення цін. Споживчий попит загалом є незмінним, проте слабкі споживчі витрати та несприятливі економічні умови вносять свої корективи, щодо попиту даної продукції, наприклад, Північній Африці чи Близькому Сході.

Також нами було проаналізовано ряд продуктів, які іноді можуть вважатися дефіцитними в окремих регіонах або в певний період часу. Це може бути пов'язано з рядом факторів, таких як погодні умови, проблеми виробництва, логістики чи економічні умови. Декілька прикладів можливих дефіцитних товарів:

- Екзотичні фрукти та овочі: Деякі екзотичні фрукти та овочі можуть бути обмежено доступними через обмежену вирощуваність в певних кліматичних зонах чи національній інфраструктурі.

- Оливкова олія: Україна має певне виробництво оливкової олії, але значна частина споживається у вигляді імпортованих товарів.

- Екзотичні види м'яса: Такі як баранина, яловичина високої якості, креветки, камчатський краб тощо.

- Певні сири продукти: Деякі види сирів, які потребують специфічних умов виробництва та дозрівання, можуть бути складні для вирощування в певних регіонах.

- Специфічні види кави чи чаю: Деякі види кави або чаю можуть бути дефіцитними через обмежену кількість виробників.

Харчова промисловість (молочна, м'ясна, хлібопекарська) – є однією із галузей переробної промисловості, яка посідає відповідну сходинку в

економіці країни та забезпечує населення продуктами харчування. Спираючись на ринкові умови господарювання економіки України та стремління країни до європейського співтовариства, обумовлюють пошук напрямків виходу української харчової продукції на міжнародні ринки, покращення конкурентоспроможності національних продуктів та захист потенційного споживача від неякісної імпортованої продукції.

Харчова промисловість - одна із провідних галузей України. Вона забезпечує майже 15% вартісних обсягів випуску продукції України. Виробництво харчових продуктів налічує понад 6 тис. підприємств різної величини, з трудовим потенціалом - майже 350 тис. осіб. До повномасштабного вітчизняна харчова промисловість займала перші місця серед галузей, які наповнювали державний бюджет. Вона забезпечувала найвищі темпи зростання обсягів виробництва продукції у порівнянні з іншими галузями економіки, зокрема, для прикладу, індекс промислової продукції за видами економічної діяльності у виробництві харчових продуктів становив склав 97,8 [1, 84], а в 2022 році - 55,3 % [31].

Отже, підприємства України харчової галузі мають великі можливості, оскільки існує потенційний ріст споживання з можливістю розширення ринків збуту до країн ЄС. Потрібно підвищувати свою конкурентоспроможність виробництва за рахунок якісної сировини, зі створенням власної сировинної бази. Покращення зовнішньоекономічних зв'язків зі здатністю конкурувати на міжнародному ринку для вітчизняних підприємств можливе за умов підвищення якості товару, контролю ефективного господарювання та відповідність світовим стандартам.

На жаль, все ще основна експортна продукція в Україні – це сировина. Однак і на ринках готової продукції ми просуваємося, та й сировину вивели на рівень світових екологічних трендів. Ми маємо значний потенціал і українські виробники здатні створювати високоякісні товари, які без проблем конкуруватимуть з кращими зразками на світовому ринку.

Оцінка конкурентоспроможності продукції може здійснюватися різними методами. Вибір конкретного метода оцінки конкурентоспроможності залежить від ряду факторів (специфіка продукту, терміновість визначення рівня конкурентоспроможності, обсяги доступної достовірної інформації, тощо). Можна виділити наступні методи [74, с. 49]:

- 1) в залежності від номенклатури критеріїв: прямі та непрямі;
- 2) в залежності від мети та стадії оцінки: методи, які застосовуються на стадії виготовлення продукції та які застосовуються на стадії реалізації продукції;
- 3) в залежності від форми подання даних: розрахункові, матричні, графічні, комбіновані;
- 4) в залежності від порівняння властивостей виробу: кваліметричний;
- 5) в залежності від порівняння зі зразком для визначення відносного рівня якості: диференційований, комплексний, змішаний.

Оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції використовується у вирішенні таких завдань, як комплексне вивчення ринку та вибір напрямку діяльності підприємства; запровадження заходів, мета яких підвищити конкурентоспроможність продукції; оцінка нових ринків збуту товарів; контроль їх ціни та якості. Оцінка конкурентоспроможності продукції має проводитись на всіх стадіях життєвого циклу продукту, від стадії розробки, виготовлення до стадії експлуатації і виведення з ринку. При цьому потрібно враховувати конкретні показники, які базуються на параметрах конкурентоспроможності і залежать від об'єкта аналізу.

Провідну роль відіграють фактори економічного механізму, серед яких є ціноутворення, фінансування, кредитування, стимулювання попиту населення на продукцію, експорт продукції тощо. Одними з головних для підвищення конкурентоспроможності продукції є фактори державного рівня управління, оскільки вони визначають рівень добробуту споживачів і їх попит, стратегію розвитку підприємства, регіону і країни загалом. Серед перелічених факторів конкурентоспроможності продукції велике значення

мають такі: корисність для споживача (відповідність вимогам, що висуваються до даного товару з боку покупця); ціна продукції; новизна (оригінальність та неповторність продукції); якість продукції.

Досягнення й економічна підтримка саме світового рівня конкурентоспроможності дозволяють розкрити соціально-економічну зрілість компанії, а також максимізацію її прибутковості та впливовість в міжнародному бізнесі. Наприклад, для більшості підприємств, що виживають (нижчий рівень конкурентоспроможності) характерною є пасивна адаптація до ринку, яка не потребує великих затрат та значних внутрішніх змін. Якщо підприємства проявляють активну реакцію на конкуренцію (середній рівень), то намагаються підвищити якість та прийняти ефективні заходи, тобто забезпечити переваги (вищий рівень), зробивши бізнес більш прибутковим та ефективним. Отже, довгострокові, стабільні, великі економічні переваги в міжнародному бізнесі будуть діяти тільки тоді, коли є постійна й системна перевага над конкурентами.

### **2.3 Проблеми конкурентоспроможності харчової промисловості України**

Нові умови господарювання промислових підприємств загострюють конкуренцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Особливо на це має вплив фінансово-економічна криза, непослідовність політики уряду щодо захисту вітчизняного виробника, високий рівень морального та фізичного зношування виробничих фондів і інші чинники. Саме в цьому полягає в актуальність проблеми щодо забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств. Особливо гостро проблема постає у забезпеченні конкурентоспроможності серед підприємств харчової промисловості. Найбільш вагомі причини криються у високих вимогах до якості продукції цієї галузі, у неякісному менеджменті, низькій активності та ефективності інноваційної діяльності, у недосконалості бізнес-процесів, що призводить до того, що більша частина харчових підприємств є зовсім не готовими до

адекватної активної поведінки на ринку. Насамперед, це пов'язується з не розумінням ними актуальних проблем та відсутністю чіткого уявлення про передумови забезпечення конкурентоспроможності, тобто відсутність тих передумов, завдяки яким можна забезпечити стійку конкурентну позицію для харчового підприємства на ринку.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства є процесом, що полягає в здійсненні систематизованих та впорядкованих видів діяльності, мета яких полягає в досягненні певних конкурентних переваг на стратегічних напрямках діяльності підприємства. Важливе значення у ефективному забезпеченні конкурентоспроможності підприємства має обґрунтування і вибір пріоритетів. Становлення пріоритетів полягає в використанні певних підходів: тих, які ґрунтуються на пріоритетних чинниках, результатах різних видів діяльності в сфері забезпечення конкурентоспроможності підприємства [8, с. 32], тих, що дозволяють передбачити визначення пріоритетних видів діяльності [3, с. 79]. Перший пріоритет вибору чинників є найбільш поширеним в зарубіжній теорії та практиці, тому може встановлювати рейтинг у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Для харчового підприємства серед таких факторів варто виділити:

- стійкий рівень якості продукції,
- високий рівень виробництва,
- швидку доставку продукції,
- надійну доставку продукції,
- низькі ціни продажу продукції,
- гнучкі зміни конструктивних рішень,
- гнучкі зміни обсягів виробництва,
- послуги сервісу [15, с. 31].

Хоча Україна має значний потенціал для розвитку конкурентоспроможності товарів харчової промисловості, існують також проблеми, які перешкоджають її розвитку. Ось кілька з них [56]:

Низька якість продукції та недостатнє дотримання стандартів безпеки харчових продуктів. Це може впливати на репутацію продуктів, які виробляються в Україні, та зменшувати інтерес споживачів до них.

Відсутність інвестицій у розвиток харчової промисловості. Для того, щоб розвивати технології виробництва та підвищувати якість продукції, необхідні інвестиції. Але українські підприємства часто мають обмежені фінансові можливості для розвитку.

Недостатня підтримка держави. У деяких країнах держава надає фінансову підтримку та стимули для розвитку харчової промисловості. Україна має деякі програми та ініціативи, проте вони можуть бути недостатніми для стимулювання розвитку [3].

Нерозвинена логістика та транспортування. Транспортування харчових продуктів потребує спеціальної уваги, оскільки продукти швидко псуються. Україна має проблеми зі станом доріг та залізниць, що може ускладнювати транспортування продукції.

Високі податки та регулювання. Українська харчова промисловість стикається з високими податками та регулюванням, що може впливати на її конкурентоздатність.

Ці проблеми потребують уваги та розв'язання, щоб забезпечити стабільність та зростання харчової промисловості в Україні.

До прикладу конкурентоспроможність молочних товарів України може ставати перед рядом викликів і проблем, які впливають на їхню успішність на внутрішньому та міжнародному ринках. Деякі з основних проблем конкурентоспроможності молочних товарів в Україні включають:

-Низька якість сировини: Проблеми з якістю молока та сировини можуть виникати внаслідок неправильного управління господарствами, недостатнього контролю якості, а також умов утримання та годівлі худоби. Низька якість сировини може впливати на якість кінцевого продукту та конкурентоспроможність.

-Застаріла інфраструктура виробництва: Багато підприємств молочної промисловості мають застаріле обладнання та технології, що може обмежувати їхню ефективність та конкурентоспроможність порівняно з сучасними виробниками.

-Недостатня автоматизація: Брак автоматизації виробничих процесів може призводити до високих витрат на працю та знижувати ефективність виробництва.

-Високі витрати на виробництво: Високі витрати на кормлення, утримання худоби та виробництво можуть зробити молочні товари менш конкурентоспроможними на ринках з високим рівнем конкуренції.

-Неоднорідність стандартів якості: Відсутність єдиної системи стандартів та контролю якості може впливати на якість молочної продукції та спричиняти недовіру споживачів.

-Недостатній рівень доданої вартості: Брак інновацій та доданої вартості виробництва може обмежувати можливості створення конкурентоспроможних продуктів.

-Проблеми з екологією та безпекою продукції: Забруднення довкілля та питання безпеки продукції можуть впливати на уявлення споживачів про молочні товари з України.

-Маркетинг та брендування: Недостатня реклама та брендування можуть призводити до недорозуміння якості та користі молочних товарів в Україні та за її межами.

-Низький термін зберігання продуктів.

Важливо забезпечити належне фінансування розвитку харчової промисловості та підтримку малих та середніх підприємств, які становлять більшість галузі. Необхідно створити сприятливі умови для інвестування та розвитку нових технологій у галузі, а також підтримувати дослідження та інновації.

Також важливим є це розвиток інфраструктури та логістики. Недостатня розвиненість транспортної мережі та складської бази, а також

низький рівень логістичних послуг ускладнюють транспортування та зберігання продукції. Це знижує конкурентоспроможність виробників та підвищує вартість продукції.

Також є необхідність удосконалення законодавства та контролю за якістю та безпекою продуктів харчування. В Україні існують проблеми з контролем якості та безпеки продуктів, що може підірвати довіру споживачів до вітчизняної продукції. Тому важливо забезпечити дотримання стандартів якості та безпеки виробництва та реалізації продуктів харчування.

Крім того, важливим є забезпечення доступу до кваліфікованих кадрів та підвищення рівня освіти та кваліфікації фахівців у галузі. Необхідно забезпечити високу якість освіти у галузі та підвищувати рівень професійної підготовки фахівців.

Отже, розвиток харчової промисловості України потребує комплексного підходу та вирішення багатьох проблем. Необхідно розвивати технології виробництва та управління, вдосконалювати інфраструктуру та логістику, забезпечувати якість та безпеку продуктів харчування, вирішувати соціальні проблеми та забезпечувати доступ до кваліфікованих кадрів.

Проте, якщо Україна зможе розв'язати ці проблеми та розвивати харчову промисловість, вона зможе стати важливим гравцем на світовому ринку та забезпечити стабільний економічний розвиток країни. Харчова промисловість може стати справжнім двигуном економіки, який забезпечить розвиток не лише самої галузі, але й супутніх галузей та соціальний розвиток країни в цілому.

Важливим кроком до розвитку харчової промисловості України є залучення іноземних інвестицій та технологій. Це може допомогти підвищити якість та ефективність виробництва, зменшити втрати продукту та збільшити його термін зберігання. Залучення іноземних інвесторів також може сприяти створенню нових робочих місць, що позитивно вплине на соціальний розвиток країни.

Крім того, важливим є підтримка малих та середніх підприємств у галузі харчової промисловості. Необхідно створити сприятливі умови для їх розвитку та забезпечити доступ до фінансування та інфраструктури. Такі підприємства можуть стати потужними драйверами економічного зростання та сприяти зменшенню рівня безробіття в регіонах.

Узагалі, розвиток харчової промисловості є важливим елементом економіки будь-якої країни. Україна має значний потенціал у цій галузі, проте для його реалізації необхідно звернути увагу на проблеми та вирішувати їх на практиці. Залучення іноземних інвесторів та технологій, підтримка малих та середніх підприємств, забезпечення високої якості продукції та розвиток людських ресурсів - це тільки деякі з кроків, які можуть допомогти розвитку харчової промисловості в Україні [1].

Одним зі способів підвищення конкурентоспроможності української харчової промисловості є активне використання інноваційних технологій та впровадження новітніх наукових розробок. Важливо створювати умови для залучення інвестицій до галузі, розвивати науково-дослідну базу та сприяти комерціалізації вітчизняних розробок.

Також важливим фактором є підтримка малого та середнього бізнесу в галузі харчової промисловості. Для цього можуть бути запроваджені спеціальні програми фінансування та підтримки, які сприятимуть розвитку малих та середніх підприємств, що займаються виробництвом харчових продуктів.

Напрямок, що може забезпечити розвиток харчової промисловості, є створення сприятливих умов для розвитку агропромислового комплексу в цілому. Забезпечення доступу до сучасних технологій та засобів виробництва, вдосконалення системи підтримки сільського господарства та сприяння розвитку експортної інфраструктури можуть позитивно позначитися на стані харчової промисловості в цілому.

Таким чином, розвиток харчової промисловості є важливим фактором для забезпечення стабільного економічного розвитку України. Щоб досягти

цієї мети, потрібно вирішувати проблеми та активно використовувати потенціал галузі, залучаючи інвестиції, впроваджуючи новітні технології та сприяючи розвитку національного ринку та експорту. Також важливо забезпечити високу якість та безпеку продуктів харчування, що виробляються в Україні, а також підвищувати рівень освіти та кваліфікації фахівців у галузі.

Таблиця 2.4

Проблеми розвитку харчової промисловості в Україні станом на 2023 рік

| Проблема                      | Опис  |
|-------------------------------|---|
| Відсталість технологій        | Багато підприємств харчової промисловості використовують застарілі технології, що призводить до низької продуктивності і якості продукції.                              |
| Недостатність інвестицій      | Відсутність достатнього фінансування і інвестицій у розвиток харчової промисловості гальмує модернізацію обладнання, аналіз і розвиток нових продуктів.                 |
| Низький рівень інновацій      | Українська харчова промисловість не вкладає достатньо зусиль у науково-дослідну роботу та інноваційні проекти, що перешкоджає створенню конкурентоспроможних продуктів. |
| Недостатня якість продукції   | Деякі виробники не дотримуються високих стандартів якості, що призводить до недовіри споживачів та обмежує можливості експорту.   |
| Висока залежність від імпорту | Україна імпортує значну кількість продуктів харчування, що ставить під загрозу національну безпеку.   |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Недостатня конкуренція | Відсутність ефективного регулювання ринку і велика концентрація підприємств у харчовій промисловості знижують рівень конкуренції, що може призвести до зростання цін та обмеження вибору споживачів. |
|------------------------|--|

Джерело [6]

Аналіз показав, що проблеми розвитку харчової промисловості в Україні розкривають деякі ключові аспекти, що впливають на галузь. Нижче наведено загальний аналіз цих проблем [5]:

Відсталість технологій і недостатнє їх застосування призводять до низької продуктивності і якості продукції. Це може стати перешкодою для конкурентоспроможності українських продуктів на міжнародному ринку.

Недостатність інвестицій у харчову промисловість гальмує розвиток галузі і знижує можливості модернізації технологій та впровадження інновацій. Це може обмежити потенціал для розширення асортименту продукції та покращення її якості.

Низький рівень інновацій свідчить про необхідність залучення більшого фінансування науково-дослідної роботи та створення сприятливих умов для розвитку нових продуктів та технологій. Це може сприяти створенню продукції з високою доданою вартістю і конкурентоспроможності на зовнішньому ринку.

Недостатня якість продукції може призвести до негативного впливу на довіру споживачів та обмежити збут продукції. Покращення контролю якості та виконання високих стандартів можуть збільшити конкурентну перевагу виробників.

Висока залежність від імпорту свідчить про потребу у зміцненні власного сільськогосподарського сектору та збільшення самозабезпеченості продуктами харчування. Це може знизити залежність від зовнішніх постачальників та забезпечити стійкість галузі.

Недостатня конкуренція та недостатнє регулювання ринку можуть призвести до зростання цін та обмеження вибору споживачів. Створення сприятливих умов для здорової конкуренції та ефективного регулювання ринку може стимулювати розвиток галузі.

У результаті опрацювання літератури з означеного питання варто зазначити, що з найбільш конкурентоспроможних галузей харчової промисловості (тютюнової, пивної, м'ясної, молочної та ін.) та оцінки пріоритетних чинників забезпечення конкурентоспроможності на цих виробництвах, доведено, що низька ціна продажу та її забезпечення є найбільш пріоритетним через низький попит, зокрема платоспроможність попиту вітчизняних споживачів.

На думку більшості вітчизняних вчених-економістів, коли виробництво встановлює пріоритети забезпечення конкурентоспроможності підприємства доцільно спиратись на підхід, який ґрунтується на визначенні пріоритетних видів діяльності. Пріоритетами, що дозволяють забезпечити конкурентоспроможність харчового підприємства є [67]:

- створення нових видів продукції,
- забезпечення якості процесів і продукції,
- стандартизація на рівні підприємства,
- регулювання витрат на якість,
- діяльність щодо маркетингового сприяння збуту продукції;
- забезпечення необхідних якості та вартості сервісних послуг [18, с.35].

Питання забезпечення якості процесів і продукції є дуже актуальним у зв'язку зі вступом України до СОТ, адже для того, щоб бути конкурентоспроможним на міжнародному ринку, потрібно випускати якісну продукцію, яка відповідає світовим стандартам.

Найголовніша передумова, що сприяє покращенню якості продукції харчових підприємств України до рівня СОТ полягає в заміні її застарілих стандартів. Світова економіка має цілий ряд розроблених нових стандартів,

які містять вимоги щодо якості продуктів харчування. Серед них, одним із нових стандартів є ISO 22000:2005, в якому зазначені вимоги щодо системи менеджменту безпеки продуктів харчування. Він включає всі організації, складові харчового ланцюга починаючи з фермерських господарств завершуючи постачальниками продуктів харчування, включаючи і пакування [35, с. 410]. Очевидно, що прийнявши стандарт та втіливши його в роботу, харчові підприємства матимуть змогу здійснювати експортні операції та підвищити власну міжнародну конкурентоспроможність.

Організаційно-методична основа, яка забезпечує конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості вважається стандартизацією. Згідно цим стандартам на підприємстві мають бути втілені:

— збір, обробка та аналіз даних щодо показників корисності продукції, структура та стан процесу виробництва та інших процесів, які мають вплив на рівень конкурентоспроможності на всіх етапах руху, включаючи споживача цієї продукції.

— контроль фактичних результатів діяльності підприємства та їх порівняння в сфері регулювання конкурентоспроможності продукції згідно нормативних значень;

— підготовка та прийняття рішень, які ґрунтуються на поточній та вже зібраній інформації про чинники, що мають вплив на конкурентоспроможність продукції та здійснення впливів на них;

— організація планово-профілактичних заходів [27, с. 39].

Стандарти підприємства потрібно визначати з урахуванням деталізації діяльності відносно видів робіт або за об'єктами регулювання. Регулювання витрат на якість відбувається через регулювання витрат на контроль та інші витрати. Витрати на підприємстві повинні запобігати виробництву неякісної продукції та впливати на витрати щодо оцінки її якості. До інших витрат часто відносяться втрати виробництва від непоправного браку, на його виправлення, рекламації постачальникам, витрати, пов'язані з рекламаціями споживачів, витрати юридичної відповідальності виробника за виробництво

неякісної продукції. Крім того підприємство згідно стандартів повинно забезпечити [45]:

- стандартизацію на рівні підприємства,
- регулювати витрати на якість,
- діяльність, яка б сприяла маркетинговому збуту продукції;
- забезпечити необхідні якості та вартість сервісних послуг [30, с.117].

Важливий пріоритет регулювання конкурентоспроможності полягає в маркетинговому сприянні збуту продукції. Саме воно може забезпечити конкурентні переваги продукції, коли підприємство її просуває. Це відбувається через залучення покупців, які інформуються про нову продукцію та стимулюються. Попит збуту, його формування та стимуляція передбачають рекламну діяльність, паблік рилейшнз, стимулювання збуту. З цих елементів виробник повинен вибрати таку структуру, яка б дозволила використовувати найважливіші переваги кожного.

Основним завданням діяльності з маркетингового сприяння збуту продукції слід вважати формування іміджу, підвищення рейтингу підприємства, торгової марки, інформування про характеристики продукції, стимулювання попиту, повідомлення про участь у виставках тощо. Якість та вартість сервісу, які можна регулювати, теж є пріоритетним видом діяльності. Важливе значення при цьому мають вибір раціональних шляхів та засобів постачання продукції. Важливо чітко обґрунтувати способи та види складування продукції, організацію потоків руху сировини та продукції на виробництві, а також забезпечити ефективну взаємодію всіх суб'єктів збутової системи. Для більшості підприємств харчової промисловості серед основних пріоритетів забезпечення конкурентоспроможності варто віднести управління якістю процесів і продукції та управління витратами на якість.

При впровадженні нових стандартів варто приділити увагу вдосконаленню систем маркетингового просування продукції, роботі сервісних служб, розробленню та використанню стандартів підприємств на продукцію та процеси виробництва.

Здійснивши аналіз та підсумовуючи вище сказане, можна виокреслити найбільш важливі параметри, які забезпечать конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості. До них варто віднести:

- високу гнучкість та можливість оперативно реагувати на зрушення в попиті споживачів;
- наявну високотехнологічність виробництва та здатність виробляти продукцію, яка б мала необхідну якість та мінімалізувати витрати;
- здатність оперативно впливати на виробничі витрати;
- наявну ефективну систему управління підприємством, яка спроможна забезпечити його конкурентні переваги та своєчасно реагувати на зміни внутрішнього й зовнішнього середовища [32, с. 37].

В сучасних умовах господарювання промисловим підприємствам необхідно підсилити стратегічну орієнтацію власних систем управління [54, с. 13]. Тому вітчизняним промисловим підприємствам харчової галузі слід прискорити процес створення конкурентоспроможних систем. Вони повинні усвідомити, що, насамперед, варто відновити та стабілізувати вітчизняну економіку. На допомогу зарубіжних партнерів розраховувати теж не варто, а розраховувати на самих себе. Проблеми, які постають перед підприємцями вирішувати поступово: підвищення цін, відтік робочої сили, зниження купівельної спроможності споживача, логістику, постачальники. А, насамперед, запровадити на підприємстві стандарти сертифікації.

Для формування таких стратегічно орієнтованих систем управління необхідно вирішення ряду науково-методичних і практичних завдань, а саме:

- побудова концепції управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства як об'єктом діагностики, оцінки та прогнозування;
- формування інструментарію оцінки власних переваг щодо конкурентів на ринку;
- удосконалення технології управління конкурентоспроможністю підприємства, визначення змісту його функцій, мотиваційних механізмів процесів модернізації підприємства;

— визначення методів управління змінами на підприємстві, що в умовах його модернізації забезпечують швидке пристосування до нововведень;

— організація процесу формування й реалізації стратегії управління конкурентоспроможним потенціалом в умовах модернізації підприємства [56, с. 60].

Підсумовуючи вище сказане, варто зазначити, що для розв'язання розглянутих проблем доцільно вирішити відповідні науково-методичні та практичні завдання. Крім цього, важливою передумовою забезпечення конкурентоспроможності харчового підприємства є також формування механізму прийняття ефективних управлінських рішень, яке гальмується через недостатність практичного досвіду управління конкурентоспроможністю і яке, незважаючи на велику кількість розробок, потребує достатнього теоретичного обґрунтування. Управління, адаптованих до особливостей сучасних ринкових відносин.

## **Висновки до розділу 2**

Аналіз показав, що оцінка конкурентоспроможності розглядається як найважливіший показник, який може здійснити істотний вплив на розвиток не лише окремих підприємств, а й національної економіки в цілому. Конкурентоспроможність товарів харчової промисловості впливає на створення нових робочих місць, зменшуючи безробіття. Вищий рівень життя: міжнародна конкурентоспроможність може призвести до підвищення доходів і покращення рівня життя громадян.

Згідно проведеного аналізу, було визначено, що Україна займає провідне місце на світовому ринку по конкурентоспроможності товарів харчової промисловості.

Україна представлена на світовому ринкові наступними товарами харчової промисловості:

- Зернові культури (основні позиції: пшениця, кукурудза, ячмінь);
- Перероблені продукти з молока (основні позиції: сир, масло);
- Соняшникова олія;
- М'ясо та м'ясопродукти (основні позиції: свинина, птиця, яловичина);
- Овочі та фрукти (основні позиції: цибуля, картопля, яблука).

Основними країнами імпортерами харчової продукції з України є країни Європейського Союзу, зокрема Польща, Німеччина, Італія, Іспанія, Франція, а також країни Східної та Південно-Східної Азії, зокрема Китай, Індія, Туреччина, Єгипет, Марокко.

Конкурентоспроможність і економічне зростання тісно переплетені, взаємно підсилюючи один одного; отже, підвищення конкурентоспроможності товарів харчової промисловості призводить до посилення економічного зростання, яке, у свою чергу, може підвищити конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність є рушієм економічного зростання, оскільки вона спонукає підприємства підвищувати свою продуктивність, спрямовувати ресурси на інновації, аналіз та розробки та підвищувати якість своєї продукції.

Все ще основна експортна продукція в Україні – це сировина. Однак і на ринках готової продукції ми просуваємося, та й сировину вивели на рівень світових екологічних трендів. Ми маємо значний потенціал і українські виробники здатні створювати високоякісні товари, які без проблем конкуруватимуть з кращими зразками на світовому ринку.

Нами було визначено, що до основних проблем конкурентоспроможності товарів харчової промисловості на світовому ринкові належать: низька якість продукції та недостатнє дотримання стандартів безпеки харчових продуктів; відсутність інвестицій у розвиток харчової промисловості; недостатня підтримка держави; нерозвинена логістика та транспортування; високі податки та регулювання.

## **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

### **3.1 Напрямки підвищення ефективності конкурентоспроможності харчової промисловості України**

В сучасних умовах господарювання, одним із найбільш важливих аспектів функціонування ринкового середовища є конкурентоспроможність підприємства, яка характеризує здатність підприємства втримувати свої конкурентні позиції в сучасній конкурентній боротьбі. Для того, щоб виграти у цій конкурентній боротьбі, кожне підприємство має посилювати свої конкурентні переваги, а також постійно аналізувати та підвищувати рівень своєї конкурентоспроможності. Проблема управління та підвищення конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах є однією з найбільш актуальних, адже саме високий рівень конкурентоспроможності є запорукою успішної підприємницької діяльності. Тому виникає необхідність у постійному пошуку нових шляхів для підвищення конкурентоспроможності підприємства на національному та міжнародному ринках.

Сучасна теорія конкуренції має різні концепції, моделі, методи та інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємства. Проте в практику діяльності вітчизняних підприємств впроваджується лише мала частина цих теоретичних розробок. До найбільш популярних підходів, які здатні підвищити конкурентоспроможність підприємства та зробити підприємство більш успішним, варто віднести збільшення обсягів реалізації товарів і послуг, поліпшення якості продукції, скорочення витрат, а також бенчмаркінг.

На нашу думку, для підвищення власної конкурентоспроможності підприємства має застосовувати саме бенчмаркінг, адже він є одним із

кращих методів для встановлення відповідності цілей підприємства вимогам як вітчизняного, так і міжнародного ринку. Бенчмаркінг являє собою тривалий процес порівняльного аналізу ефективності діяльності одного підприємства з показниками інших найбільш успішних та конкурентоспроможних підприємств однієї галузі з метою виявлення, аналізу, запозичення та впровадження їх досвіду і найкращих методів роботи, а також підвищення рівня конкурентоспроможності та зміцнення позицій підприємства. Тобто, бенчмаркінг досить схожий на конкурентний аналіз, але є більш детальним та упорядкованим. Даний підхід до підвищення конкурентоспроможності підприємства дасть змогу вдосконалити власні бізнес-процеси порівняно швидко та з меншими витратами [57, с. 111].

Існують різні види бенчмаркінгу, які використовуються підприємствами залежно від їх основних цілей та пріоритетних напрямків, що визначаються при розробці та реалізації довгострокових стратегій успішного розвитку. Тому, перш ніж розпочати здійснення бенчмаркінгу, варто ознайомитися з його видами. Найбільш загальну класифікацію видів бенчмаркінгу подано в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

## Класифікація видів бенчмаркінгу

| Вид                      | Характеристика   |
|--------------------------|--|
| Стратегічний бенчмаркінг | Спрямований на довгострокову перспективу проявляється у розробці нового продукту чи послуги.   |
| Конкурентний бенчмаркінг | Здійснюється в межах однієї галузі, що представлена сильними конкурентами і проявляється у порівнянні власної продукції та бізнес-процесів з аналогічними показниками конкурентів. |
| Процесний бенчмаркінг    | Наголошує на вдосконаленні специфічних процесів і операцій та допомагає  |

|                            |   |
|----------------------------|---|
|                            | підвищити короткострокову прибутковість.  |
| Продовження таблиці 3.1    |   |
| Функціональний бенчмаркінг | Передбачає пошук еталонних практик у сферах діяльності підприємств-конкурентів, що допомагає вдосконалити аналогічні функції чи процеси.            |
| Міжнародний бенчмаркінг    | Передбачає виявлення і аналіз еталонних практик по всьому світу через те, що в середині країни може бути тільки декілька бенчмаркінгових партисрів. |

Джерело [12]

Таким чином, розглянувши різні види бенчмаркінгу можна сказати, що підприємствам варто застосовувати саме конкурентний бенчмаркінг, який дасть змогу здійснити моніторинг ринку та власної позиції на ньому, а також проаналізувати та зіставити результати діяльності підприємства з підприємствами, які мають більш сильні конкурентні переваги на ринку в межах однієї галузі.

Перш ніж здійснювати даний вид бенчмаркінгу, варто виконати наступні завдання:

- визначити стратегічну позицію підприємства порівняно з основними конкурентами;
- ознайомитись з факторами успіху підприємств-конкурентів та визначити, якими з них володіє підприємство;
- визначити вплив організації бізнесу на прибутковість підприємства;
- проаналізувати рівень задоволеності потреб споживачів продукцією та послугами підприємства [58, с. 86].

Процес бенчмаркінгу на підприємствах має здійснюватися за певною технологією, тобто низкою послідовних етапів, які приведуть підприємство до бажаного результату.

Основні етапи бенчмаркінгу, які необхідні для його результативного проведення відображено на рис. 3.1.

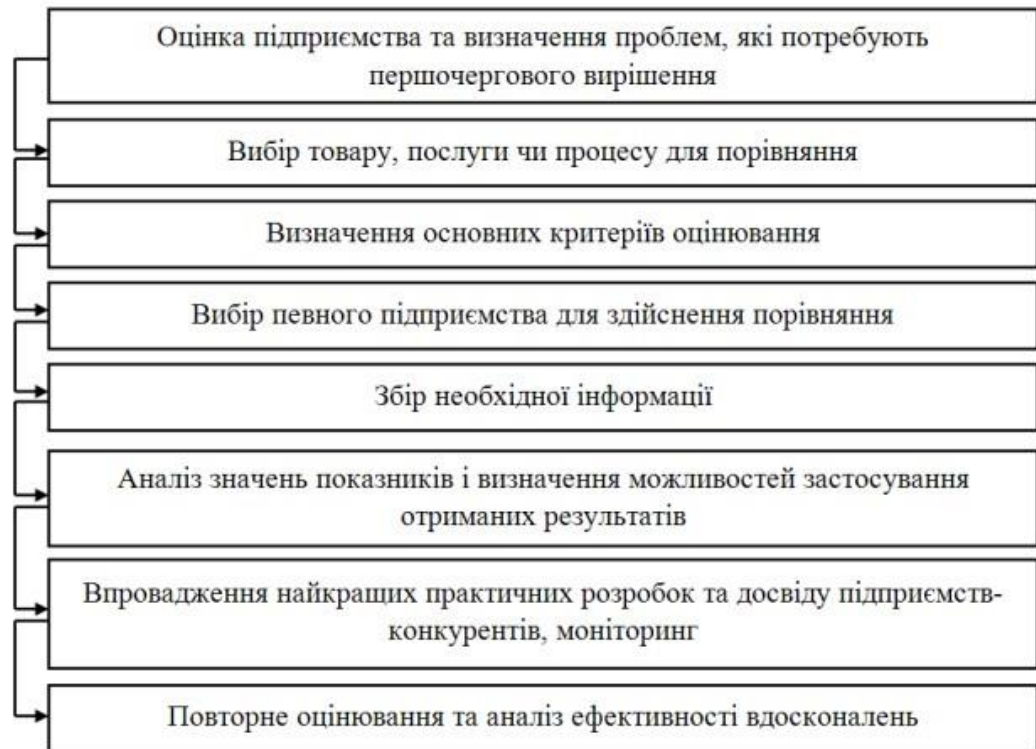


Рис. 3.1 Основні етапи здійснення бенчмаркінгу

Джерело [67]

Таким чином, застосування бенчмаркінгового підходу дозволить підприємству зміцнити свої позиції на ринку вбудованої побутової техніки, підвищити власний потенціал для освоєння нових ринків, а також збільшити конкурентні переваги, що є важливим фактором для ефективної діяльності підприємства. Здійснивши оцінку конкурентоспроможності можна сказати, що підприємство займає доволі високу конкурентну позицію та успішно конкурує з вітчизняними та закордонними виробниками на ринку вбудованої побутової техніки України. Проте для подальшого підвищення рівня конкурентоспроможності підприємству варто розглянути можливість виходу на зовнішні ринки, де конкуренція є значно вищою.

Для здійснення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємству необхідно здійснити вибір конкурентної стратегії, яка дасть змогу досягнути конкурентних переваг на зовнішніх ринках. Так як довгострокове підтримання конкурентних переваг досягається за рахунок

системи стратегічного управління, то виникає необхідність в ознайомленні з основними стратегіями підприємства. Система стратегій представлена на рис. 3.2.



Рис. 3.2 Система стратегій підприємства

Джерело [18]

Як видно з рис. 3.2, загальна та конкурентна стратегії підприємства опираються на функціональні стратегії даного підприємства, які забезпечують їх ефективне формування та реалізацію. Тому для створення конкурентної стратегії, яка дасть змогу досягнути конкурентних переваг на зовнішніх ринках, варто сформувані відповідні функціональні стратегії. Види функціональних стратегій відображено на рис. 3.3.

| Темп зміни конкурентних переваг                  | Стратегічні цілі             | Конкурентна позиція підприємства на ринку |                                     |            |                                 | Стратегічні напрями |                                       |    |   |
|--|------------------------------|---|-------------------------------------|------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------------------|----|---|
|  |                              | Лідера (А)                                | Сильна (Б)                          | Слабка (В) | Аутсайдера (Г)                  |                     |                                       |    |   |
| Високий темп підвищення конкурентних переваг(1)  | Утримання лідируючої позиції | A1  | Формування ефективної системи збуту | B1         | Формування конкурентних переваг | V1                  | Підвищення прибутковості підприємства | G1 | Підвищення ефективності реалізації конкурентних переваг |
| Низький темп підвищення конкурентних переваг (2) |                              | A2  |                                     | B2         |                                 | V2                  |                                       | G2 | Диверсифікація виробництва й каналів збуту              |
| Низький темп зниження конкурентних переваг (3)   |                              | A3  |                                     | B3         |                                 | V3                  |                                       | G3 | Підвищення темпу нарощування конкурентних переваг       |
| Високий темп зниження конкурентних переваг       |                              | A4  |                                     | B4         |                                 | V4                  |                                       | G4 | Техніко-технологічна модернізація виробництва           |

Рис. 3.3 Основні функціональні стратегії підприємства

Джерело [43]

На наш погляд, для підприємства, яке прагне досягти успіху в конкурентному середовищі, маркетингова стратегія має найбільш високий пріоритет, оскільки вона забезпечує обґрунтування цілей і завдань на кожному окремому ринку з урахуванням особливостей конкуренції і попиту споживачів. Так як підприємство має маркетингову стратегію для внутрішнього ринку, варто також обрати маркетингову стратегію для зовнішнього ринку.

Основним методом вибору стратегії маркетингу є побудова маркетингових матриць. До цих матриць можна віднести наступні:

- матриця І. Ансоффа;
- матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ);
- модель МакКінсі [63, с. 527].

Для того, щоб обрати міжнародну маркетингову стратегію, для підприємства варто застосувати матрицю І. Ансоффа, яка є одним з найбільш популярних інструментів стратегічного планування. Сутність даної матриці

полягає в тому, що між реалізованими товарами і послугами підприємства та ринками їх збуту як поточними, так і новими, існує тісний взаємозв'язок. Таким чином, матриця охоплює всі можливі варіанти комбінацій ринків і продукції, дозволяючи визначити найбільш оптимальну маркетингову стратегію.

Одним із дієвих напрямів підвищення ефективності функціонування харчової промисловості науковці вважають розвиток інтеграційних зв'язків і побудову на їх основі інтегральних об'єднань. Як зазначає Н. Скопенко, більш значні конкурентні переваги (зокрема ті, що мінімізують залежність від постачальників та коливань цін на сировину) матимуть ті підприємства — виробники харчових продуктів, що будуть входити до вертикально інтегрованих структур. Для таких структур характерний замкнений цикл виробництва — від вирощування, зберігання і переробки сировини до виробництва та реалізації готової продукції, що дозволяє їм отримати економію на витратах, раціонально управляти ресурсними, інформаційними потоками [71, с. 67].

Підвищити конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості на міжнародному ринку можливо шляхом диверсифікації та модернізації внутрішнього виробництва, більш ефективного використання діючих виробничих потужностей та підвищення їхнього технологічного рівня, суттєвого покращення регуляторного середовища для ведення бізнесу, впровадження механізму стимулювання ресурсозбереження та інноваційного розвитку, спрямування інвестиційних ресурсів держави на впровадження нових зразків енергоефективної техніки і технологій ресурсозбереження, організації сучасної підготовки кадрів та стимулювання залучення до цих процесів приватного капіталу.

У конкурентній боротьбі за споживача на перший план поряд із необхідністю технічної реконструкції, впровадження європейських стандартів контролю якості, розробки нових видів продуктів вийшли проблеми зниження собівартості продукції, в першу чергу — економія

палива, електроенергії [74, с. 50]. Неefективна структура і висока енергоємність промислового виробництва в Україні, зростання цін на енергоносії спонукали підприємців шукати способи підвищення ефективності господарської діяльності.

Найважливіше завдання — це серйозна реконструкція виробництва, заснована на новітніх технологіях і процесах, що пропонують істотні можливості економії енергії. У зв'язку зі значним ростом вартості енергоносіїв ефективне їх використання в умовах ринкової економіки стає визначним фактором підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств першоробної галузі, тому що в основному енергоємність виробництв харчових продуктів у нашій країні значно вища по рівняно з розвинутими промисловими країнами [7, с. 138].

Заходи з підвищення енергоефективності виробництва мож на розділити залежно від їх капіталомісткості:

1) організаційні заходи, тобто удосконалення менеджменту виробничих процесів, в основному без потреби у додаткових інвестиціях<sup>2</sup>, за виключенням витрат на контрольнo-вимірювальні прилади та інформаційне обладнання;

2) впровадження додаткового обладнання для підвищення енергоефективності (наприклад, теплоізоляція, утилізатори тепла та ін.).

Ці заходи можуть бути реалізовані за допомогою додаткових капітальних витрат з виключною метою — зниження енергоспоживання [2, с. 210]. В8 умовах сучасного ринкового середовища підприємствам, зокрема керівникам вищого (стратегічного) рівня управління, що прагнуть до сталого розвитку, впровадження інтегрованої системи менеджменту є вкрай необхідним заходом у контексті стратегічного управління, що може забезпечити досягнення конкурентних переваг. При цьому одним із першочергових етапів на шляху реалізації стратегії розвитку має стати сертифікація внутрішньорганізаційної системи якості. Проходження вказаної процедури сприятиме підвищенню рівня довіри у споживачів на

основі формування позитивного іміджу шляхом дотримання відповідності на предмет мінімізації шкідливого впливу на навколишнє середовище, виготовлення високоякісної та безпечної продукції, покращення умов праці, мотивації та соціального забезпечення персоналу, аналіз і задоволення попиту тощо [8, с. 32].

На нашу думку, підприємству варто обрати маркетингову стратегію розвитку ринку, адже саме на неї буде опиратися конкурентна стратегія виходу на зовнішні ринки. Стратегія розвитку ринку спрямована на адаптацію існуючих товарів підприємства до нових ринків збуту, коли підприємство виходить з цим товаром на нові ринки через здійснення експорту продукції чи пошуку нових способів розподілу товару. Дана стратегія пов'язана зі значними витратами і великим ризиком, але в перспективі є більш прибутковою. Так як застосування маркетингової стратегії розвитку ринку передбачає здійснення експорту продукції на зовнішні ринки, то виникає необхідність у ретельному виборі виду експорту.

Таким чином, процес розробки маркетингової стратегії розвитку ринку та процес вибору цільових ринків допоможуть досягти високого рівня зовнішньоекономічної діяльності в процесі виходу на зовнішній ринок. Проте процес здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємством безпосередньо пов'язаний з величезною кількістю ризиків.

### **3.2 Конкурентний ресурсний потенціал та експортна стратегія вітчизняної харчової промисловості на світових ринках**

Серед негативних моментів, що перешкоджають збільшити обсяги продажу на зовнішніх ринках, науковці виділяють високу собівартість експортної продукції [11, с.160]. Враховуючи те, що населення України поступово зменшується, для підприємств харчової промисловості важливою задачею стає налагодження експорту їхньої продукції.

Остання нині експортується Італію, Німеччину, Іспанію, Нідерланди, США, Канаду, країни Близького Сходу [14, с. 33]. Згідно зі статистичними даними до товарів з найбільшими обсягами експорту відносяться: яловичина свіжа, охолоджена або морожена, олія соняшникова, цукор білий.

Конкурентоспроможність країни залежить від багатьох чинників, зокрема: структури експорту та рівня експортної пропозиції товарів та послуг, якості підприємницького середовища, умов виходу на ринок і впливу торгівлі. Важливість експорту має важливе стратегічне значення, оскільки експорт забезпечує швидке економічне зростання країни, та є своєрідним поштовхом для розвитку виробничої промисловості, адже як відомо, що продукція орієнтована на експорт має бути сертифікованою та якісною. Україна багато імпортує і недостатньо експортує товарів з високою доданою вартістю. Це спричиняє тиск на зовнішньоторговельний баланс, що, у свою чергу, ставить під загрозу макроекономічну стабільність та втілення економічних реформ в країні.

Експортна стратегія України до 2021 року була підготовлена Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, яка є «дорожньою картою» стратегічного розвитку торгівлі на період з 2017 по 2021 рік. Це чіткий план дій, як Україні перейти від переважно експорту сировини до експорту наукомісткої інноваційної продукції для успіху України на світових ринках. Документ визначає географічні пріоритети для експорту до 2021 року, де є найбільше можливостей саме для українського виробника.

Незважаючи на такі, досить позитивні, значення показників діяльності підприємств харчової промисловості, у їх роботі існує ряд негативних чинників, що стримують розвиток у ринковій економіці на пропозицію, крім попиту та доцільності для виробника виготовляти певний обсяг продукції, також впливає обмеженість ресурсів. Особливо цей чинник значущий для підприємств харчової промисловості, оскільки при високій матеріаломісткості продукції їм доводиться задовольняти потреби у продовольчих товарах в умовах постійного зростання населення планети.

Як відомо, підприємствам з виробництва продуктів харчування постачає сировину сільське господарство. Через існуючі труднощі у вирощуванні сировини багато підприємств харчової промисловості мають проблеми із забезпеченням виробництва достатньою кількістю сировини належної якості. Внаслідок цього нині спостерігається «невідповідність продукції стандартам якості та використання при виробництві харчових продуктів добавок, замінників тощо» [20, с. 11], що погіршує конкурентоспроможність продукції підприємств, особливо на зовнішніх ринках.

До чинників, які гальмують розвиток харчової промисловості і мають негативний вплив на ефективність діяльності підприємств, крім стану сировини, належить також стан основних засобів. Попри те, що згідно зі статистичними даними у дію постійно вводяться нові основні засоби, насправді їх стан залишає бажати кращого. Як показує практика, лише незначна частина промислових підприємств здійснюють оновлення основних засобів на новому інноваційному рівні, решта, як правило, обмежується заміною зношених деталей чи зміною обладнання на аналогічне. Це підтверджують і статистичні дані, які показують, що протягом 2019-2020 років рівень інновацій не перевищував 2% у загальному обсягу інвестицій в основний капітал при значних вкладеннях в основні засоби [28, с. 34]. Причиною такого стану справ найчастіше є відсутність у підприємств можливості фінансувати ефективно оновлення основних засобів. Внаслідок цього на промислових підприємствах половина обладнання використовується більше 20 років – відбувається нагромадження застарілої техніки і устаткування, що знижує продуктивність їх використання та збільшує витрати на утримання й експлуатацію. Врешті решт, підприємства, які не використовують передове обладнання та нові технології перетворюються на аутсайдерів ринку.

Взагалі для підприємств харчової промисловості характерна низька інноваційна активність. Враховуючи те, що саме інновації є джерелом успішного розвитку, про що свідчить досвід таких країн світу як Німеччина, Японія та США, без їх здійснення підприємствам важко буде зайняти гідне місце на світових ринках. Використання ж нових знань і технологій виробництва особливо важливі у конкурентній боротьбі, оскільки дозволяють опиратись впливу зовнішніх чинників. До підприємств, які найбільше уваги приділяють інноваціям можна віднести виробників напоїв та кондитерських виробів.

Всі негативні чинники впливу на діяльність підприємств харчової промисловості особливо гостро дали про себе знати у 2008 році, коли Україна стала членом світової організації торгівлі. З одного боку, вступ до цієї організації повинен покращити імідж нашої країни, позитивно вплинути на її інвестиційну привабливість, дати можливість підприємствам, у тому числі і підприємствам харчової промисловості, розширити ринки збуту, зменшити тарифні і нетарифні обмеження входження на ринки країн ЄС, сприяти розвитку підприємств.

З іншого боку, після вступу до СОТ, Україна сама стала більш відкритою для іноземних товаровиробників і, як виявилось, не всі вітчизняні підприємства готові до гідної конкуренції з ними. Крім того, фахівці харчової промисловості побоюються, що на внутрішньому ринку з'явиться неякісна іноземна продукція, так як Україна, на відміну від європейських країн, не так добре здатна захистити споживачів за допомогою санітарних і ветеринарних бар'єрів.

Враховуючи вищесказане, відмітимо, що вступ до СОТ по-різному позначився на підприємствах різних галузей харчової промисловості. Ці зміни виявляться позитивними для підприємств зернової, кондитерської, алкогольної та пиво-безалкогольної галузей, олійно-жирового комплексу. Консесія до СОТ дозволяє їм збільшити обсяги експортованої продукції, оскільки внутрішній ринок цих видів товарів насичений. Конкуренції з боку

імпортерів на вітчизняному ринку вони не бояться, бо переконані в лояльності споживачів до своєї продукції [33, с. 138]. Звичайно, «слабкі» виробники навіть у згаданих вище галузях зазнають певних втрат у зв'язку з недостатньою відповідністю якості продукції міжнародним стандартам, відсутності брендової продукції та передових технологій, обмеженістю існуючого у них ринку збуту. Зміни в першу чергу вплинуть на дрібні підприємства з відсутністю розробленої стратегії власного розвитку.

Досить складна ситуація склалася у виробників молочної та м'ясної продукції після включення у СОТ. Так, представники м'ясної галузі виявилися не готові до цінової конкуренції, оскільки собівартість вітчизняного м'яса вища за імпортоване, а підприємства молочної галузі стали іще більш обмежені у придатній для виробництва сировині – молоці. Молоко, яке до вступу у СОТ відповідало українським стандартам, нині не можна використовувати навіть для задоволення потреб внутрішнього ринку [36, с. 34]. Тому експерти прогнозують, що обсяги імпортованої молочної продукції можуть збільшитись на 85% [40, с. 23].

Прогнозують труднощі і для виробників плодоовочевої продукції. Вразливим виявився і буряково-цукровий комплекс, підприємства якого не здатні виробляти конкурентоспроможний цукор у зв'язку з відсутністю стабільних зон буряконасіння, відсутністю енергоощадних технологій та достатньою кількістю сировини [37, с. 34].

Щоб бути конкурентоздатними як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, підприємствам харчової промисловості необхідно працювати за стандартами СОТ. Це потребує значних капіталовкладень для удосконалення як основних засобів, так і сировинної бази, а тому перед підприємствами виникло питання пошуку фінансових ресурсів для здійснення необхідних інвестицій.

Чисельні скорочення вплинули на рівень доходів населення. Знижена купівельна спроможність населення сприяла хоча й помірному, проте зниженню обсягів реалізованої продукції харчових підприємств у

натуральному вираженні. Частина споживачів відмовилась від дорогих видів харчових продуктів, надавши перевагу дешевшим. Все це в поєднанні зі зростаючою дебіторською заборгованістю знизило платоспроможність підприємств і їх здатність до самофінансування необхідних проектів з удосконалення їх діяльності.

Що стосується кредитного фінансування, то можливість його використання також значно знизилась у зв'язку з кризою ліквідності у банківській сфері, підвищенням вимог до позичальників. Розраховувати на державне фінансування чи залучення коштів шляхом емісії цінних паперів також не приходиться. Тому, оптимальними варіантами фінансування проектів для підприємств харчової промисловості стали лізинг та інвестиції переважно з боку іноземних інвесторів.

Підприємства харчової промисловості України, попри існуючі перешкоди у здійсненні інвестицій іноземними інвесторами, залишаються інвестиційно привабливими.

Серед найбільших іноземних інвесторів в українську промисловість – Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Австрія, США та інші [45, с. 128]. Зацікавленість інвесторів у вкладенні коштів у проекти підприємств харчової промисловості під час кризи зумовлена їх швидкою окупністю, порівняно з інвестиціями в інші галузі.

Харчова промисловість посідає важливе місце в промисловому комплексі України. Вона забезпечує населення харчовими продуктами, забезпечує робочими місцями значну частину працездатного населення, робить суттєвий внесок у бюджет країни, забезпечує надходження іноземних інвестицій.

Враховуючи вище описані проблеми підприємств харчової промисловості, що стримують їх розвиток та реалізацію експортного потенціалу, варто зробити наступний висновок.

|   |  |
|---|--|
| 5.Експорт частини продукції.                                  |  |
| 6. Популярність торової марки.                                |  |
| <b>3.3 Міжнародний досвід конкурентоспроможності харчової</b> |  |

### **промисловості як основа для зростання конкурентоспроможності України**

Пошук шляхів покращення конкурентоспроможності вітчизняних товарів на міжнародному ринку, за нестабільних умов досягнення цілей розвитку, потрібно оцінювати завдяки основним складовим, які впливають на їх діяльність. Основні складові [48, с. 28]:

- 1) потенціал ринку іншої країни – це обсяг експорту та темп зміни ємності ринку;
- 2) зовнішньоекономічна політика країн – відноситься до країн експортерів та імпортерів, політичні фактори, законодавча база та експортноімпортні бар'єри;
- 3) продуктивне задіяння ресурсів – зменшення витрат виробництва та збільшення адаптивних якостей діяльності підприємства;
- 4) системний моніторинг іноземного ринку – аналіз та прогнозування перспектив на ринку;
- 5) синхронізація системи підприємства – логістика. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства характеризується прагненням та вмінням створити продукт, ціна і якість якого будуть вищі за ті ж самі товари на іншому ринку.

Таблиця 3.2

#### **SWOT-аналіз ПАТ «Березівський молочний завод»**

| Сильні сторони  | Слабкі сторони  |
|---|---|
| 1. Використання екологічно чистої сировини.<br>2. Широкий асортимент продукції.<br>3. Висока якість продукції.<br>4. Виробництво безпечної продукції. | 1. Слабка рекламна підтримка.<br>2. Недостатня забезпеченість виробництва прогресивними технологіями.<br>3. Низький рівень інформування споживачів. |
| 5. Експорт частини продукції.<br>6. Популярність торової марки.   |   |

Продовження таблиці 3.2

| Можливості  | Загрози   |
|---|---|
| 1.Розширення географії експорту.<br>2.Розширення товарного асортименту.<br>3.Підвищення якості інформаційного забезпечення. | 1.Посилення позицій конкурентів.<br>2.Нестабільність ринкового середовища.<br>3.Спалах епідемії худоби.<br>4.Підвищення цін на молочну продукцію.<br>5.Зростання митних бар'єрів. |

Джерело [12]

Варто визначити проблеми та перспективи розвитку підприємств молочної галузі. До базових проблем належать :

- 1) законодавчі прогалини;
- 2) короткострокова орієнтація контрактів;
- 3) недостатній рівень моніторингу за ринковою ситуацією в молочній галузі;
- 4) високе податкове навантаження;
- 5) залежність ціни від кон'юнктури ринку [52, с. 298].

Підприємства зі слабкою конкурентною позицією, маючи бажання покращити чи зберігти своє конкурентне місце, рекомендовано випускати відносно недорогу продукцію, реінвестування з метою прибутку та утримання конкурентної ніші. Підприємство – аутсайдер характеризується прагненням уникнути конкурентної боротьби, можливо залишить ринок, проте в перших трьох квадратах буде відстоювати та захищати своє місце на ринку. Потрібно провести реорганізацію підприємства та переглянути конкурентну стратегію.

До шляхів вирішення існуючих проблем варто віднести :

- 1) прийняття законопроектів для спрощення умов розвитку молочної галузі;
- 2) формування стратегічних альянсів;

- 3) розширення практики довгострокового співробітництва.
- 4) створення галузевого дослідницького центру молочної галузі;
- 5) зменшення ставки ПДВ на молочну продукцію;
- 6) зниження витрат та отримання більшого діапазону маневрів для зміни ціни [54, с. 33].

Крім того, Європейський Союз має багатий досвід у впровадженні систем контролю якості, сертифікації та маркування продукції. Використання цих практик може сприяти покращенню якості та безпеки українських продуктів, та сприяти впровадженню ефективної системи контролю якості.

Додатково, українські виробники можуть використовувати досвід ЄС у плані розвитку інновацій та досліджень. Співпраця з науково-дослідними установами та інноваційними підприємствами ЄС може сприяти розробці нових продуктів, технологій та покращенню виробничих процесів в Україні.

Залучення досвіду ЄС Може допомогти Україні в зміцненні ветеринарного та фітосанітарного контролю. Використання європейських стандартів та практик у цих сферах може сприяти покращенню безпеки та якості продукції, а також поліпшенню умов для експорту українських харчових товарів на світові ринки.

Не можна також забувати про важливість підтримки малого та середнього бізнесу. ЄС має великий досвід у створенні спеціальних програм та ініціатив для підтримки цього сектору у харчовій промисловості. Використання цих практик може стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу в Україні та забезпечити більш рівні умови конкуренції на ринку.

Отже, використання досвіду державного регулювання харчової промисловості країн ЄС може принести значну користь для України, забезпечивши покращення якості та безпеки продукції, підвищення конкурентоспроможності, залучення інвестицій та розвиток інноваційного потенціалу галузі [70].

Додатково, використання стандартів та стандартів продуктів харчової промисловості країн ЄС на світовому ринку може мати позитивний вплив на

конкуренентоспроможність українських товарів. Завдяки використанню відомих та визнаних стандартів, українські продукти можуть отримати додаткову перевагу у міжнародній торгівлі, що сприятиме їхньому позиціонуванню на світових ринках.

Одним з ключових аспектів конкурентоспроможності продукції є дотримання високих стандартів якості та безпеки. ЄС має строгі вимоги до продуктів харчової промисловості, що сприяє забезпеченню високої якості та безпеки їхньої продукції. Використання цих стандартів українськими виробниками дозволить покращити якість продукції та підвищити рівень довіри споживачів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Крім того, стандарти продуктів харчової промисловості ЄС часто включають екологічні критерії та вимоги до сталого виробництва. Використання екологічно чистих технологій та практик у виробництві може позитивно позначитися на сприйнятті українських продуктів на світовому ринку, оскільки все більше споживачів звертають увагу на екологічну відповідальність та сталість виробництва.

Також, використання стандартів ЄС може стимулювати українських виробників до постійного покращення та інноваційного розвитку. Заохочення до впровадження нових технологій, вдосконалення виробничих процесів та розробки нових продуктів може забезпечити зростання конкурентоспроможності української харчової промисловості.

Таким чином, використання досвіду державного регулювання та стандартів продуктів харчової промисловості країн ЄС може мати значний позитивний вплив на Україну. Він дозволить підвищити якість та безпеку продукції, підвищити конкурентоспроможність українських товарів на світовому ринку, сприятиме розвитку інновацій та сталого виробництва, а також забезпечить позитивне сприйняття українських продуктів споживачами.

Підвищення конкурентоспроможності товарів харчової промисловості є актуальним завданням для багатьох країн у світі. Різні країни застосовують

різноманітні стратегії та підходи для досягнення цієї мети. Ось деякі приклади міжнародного досвіду:

1. Інвестиції в дослідження та розвиток (R&D): Країни, такі як США, Японія та Швейцарія, активно інвестують у дослідження та розвиток харчової промисловості. Це дозволяє впроваджувати нові технології, покращувати якість продукції та розробляти інноваційні продукти.

2. Стимулювання інновацій: Країни Європейського союзу активно сприяють інноваціям у харчовій промисловості через різноманітні програми та фінансові заходи. Це може включати субсидії для досліджень, сприяння стартапам та створення інноваційних центрів.

3. Підтримка малого та середнього бізнесу: Багато країн акцентують на розвитку малого та середнього бізнесу в галузі харчової промисловості. Наприклад, Італія відома своїми маленькими сімейними підприємствами, що виробляють традиційні продукти високої якості.

4. Підвищення якості та безпеки продуктів: Країни, такі як Японія та Сінгапур, активно вдосконалюють системи контролю якості та безпеки харчових продуктів. Це сприяє підвищенню довіри споживачів та розширенню експорту.

5. Сприяння сталому виробництву: Багато країн вдосконалюють свої практики виробництва в напрямку сталості. Наприклад, Данія та Нідерланди активно працюють над розвитком стійкого виробництва та зменшенням впливу на навколишнє середовище.

6. Розвиток експортних ринків: Країни, такі як Нова Зеландія та Австралія, активно просувають свої харчові продукти на міжнародному ринку. Це включає вивчення та адаптацію до вимог різних ринків та розробку маркетингових стратегій.

7. Інфраструктурні та технологічні ініціативи: Країни, такі як Китай та Сінгапур, вкладають великі кошти в розвиток інфраструктури та використання передових технологій для підтримки харчової промисловості.

Ці приклади вказують на різноманітність стратегій, які країни використовують для підвищення конкурентоспроможності своєї харчової промисловості. Важливо враховувати контекст і умови кожної країни при розробці та впровадженні подібних стратегій.

Отже, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства полягає не лише у впровадженні міжнародних стандартів, а у допомозі й підтримці національного виробника з удосконаленням управління виробничої діяльності, опанування новітніх технологій з модернізацією устаткування.

Використання унікальних, нетрадиційних методів регулювання і управління інноваційною діяльністю харчових підприємств, неординарних підходів до структури виробництва і розподілення ресурсів у напрямку задоволення потреб споживачів забезпечить підприємству наявність конкурентних переваг. Серед таких методів управління, найбільш прийнятними для підприємств харчової промисловості є статистичні взаємодії дерева рішень і системи Байєса. Орієнтація діяльності підприємства і об'єкт зосередження його уваги повинні бути направлені на підвищення якості продукції, яка випускається, що у кінцевому результаті забезпечить задоволення потреб споживачів, об'єми виробництва і запланований прибуток.

Ще одним напрямом підвищення конкурентоздатності підприємств харчової промисловості є зміна моделей функціонування підприємства. Замість статичної, яка передбачає спеціалізацію і необхідність фокусування діяльності суб'єктів господарювання на одній із універсальних стратегій, диференціювання продукту, мінімізації витрат, концентрації на певному сегменті, повинне розвиватися її динамічне втілення, яке проявляється в активності управління, в системі всіх видів технологічних і економічних взаємодій, адекватної змінам зовнішнього середовища. Це досягається за рахунок інтеграції процесів виготовлення, реалізації і управління різних

підходів, способів і методик розвитку функціональних циклів, використання сучасних інформаційних технологій.

Напрямами підвищення залучення покупців шляхом створення нових споживчих якостей конкурентоспроможності продукції, що випускається підприємствами галузі, є і постійна боротьба через інтелектуальні активи, постійне оновлення виробництва продуктів, технологій розвитку і гнучких стратегій управління. Такі ланцюги цінностей створюють джерела конкурентних переваг та інноваційний потенціал підприємства.

Формування інноваційної політики харчового підприємства повинно забезпечити відповідність товарів споживання існуючим стандартам. Головним призначенням стандартизації і сертифікації є отримання певних нормативів та вимог при створенні продукту, що є запорукою його якості та безпеки для споживача. Заходи з оптимізації витрат підприємства повинні бути направлені і на підвищення якості продукції, і на розширення асортиментного ряду продукції, що випускається, для залучення споживачів.

Ще одним напрямом підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі є забезпечення можливостей оперативного реагування системи управління підприємством або його частинами на виклики зовнішнього середовища, оптимального підлаштування під сучасні потреби ринку.

### **Висновки до розділу 3**

Визначено, що серед заходів, які б могли підвищити конкурентні позиції в результаті аналізу є: сприятливий бізнес-клімат в країні; стабільний курс національної валюти; зниження податкового тиску; захист вітчизняного товаровиробника у антидемпінгових розслідуваннях; активізацію техніко-технологічного розвитку, що ґрунтується на основі інноваційно-інвестиційної моделі; створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій; проведення заходів, необхідних для впровадження системи якості;

удосконалення зовнішньоторговельної політики та правового регулювання ЗЕД; розвиток інформаційних ресурсів та інформаційної інфраструктури.

Визначено, що основи експортної стратегії вітчизняних товарів на світовому ринку є: адаптація до зміни агрокліматичних умов; стимулювання пропозиції (наращування виробництва) в умовах обмеженого внутрішнього попиту; необхідність гарантування безпечності продукції (санітарні та фітосанітарні заходи, розвиток системи державного контролю); трансформація структури експорту в бік збільшення частки продукції переробки; необхідність поліпшення умов доступу до зовнішнього ринку для вітчизняних експортерів.

Визначено, що досвід державного регулювання харчової промисловості країн ЄС може бути корисним для України, особливо у впровадженні сучасних стандартів безпеки та якості, розвитку системи контролю та сертифікації, підтримці інновацій та досліджень, зміцненні ветеринарного та фітосанітарного контролю, розвитку екологічно чистих технологій та практик, а також підтримці малого та середнього бізнесу.

Стандарти продуктів харчової промисловості країн ЄС на світовому ринку є високими і дотримання цих стандартів сприяє забезпеченню якості та безпеки продукції, здатності конкурувати на міжнародному рівні. Україна може скористатися цими стандартами як орієнтиром у поліпшенні якості своєї харчової продукції та розвитку експортного потенціалу. Виконання високих стандартів є необхідною умовою для зайняття сильної позиції на світовому ринку та покращення репутації українських харчових брендів.

В цілому, впровадження напрямків підвищення ефективності, використання досвіду державного регулювання країн ЄС та дотримання високих стандартів продуктів харчової промисловості можуть суттєво покращити стан та конкурентоспроможність української харчової промисловості, сприяти розвитку економіки та зміцненню позиції України на міжнародному ринку.

## ВИСНОВКИ

Відповідно до поставленої мети та визначеним завданням, в процесі виконання дипломної роботи на тему «Конкурентоспроможність товарів харчової промисловості на світовому ринку» були досягнуті наступні результати.

Аналіз показав, що конкурентоспроможність – це здатність продукції бути привабливішою для покупця в порівнянні з іншими виробами аналогічного виду й призначення, завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку й споживчим оцінкам.

Визначено підходи по забезпеченню конкурентоспроможності товарів харчової промисловості, до основних підходів відносяться - контроль систем якості; забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління; застосування сучасних методів аналізу й розробок; формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності.

Розглянуто фактори що впливають на конкурентоспроможність товарів до основних було віднесено:

- зовнішні: економічний стан країни, галузі, регіону; демографічні фактори; рівень розвитку інформаційних технологій; науково-технічний прогрес; споживачі; постачальники; системи контролю якості; інші фактори;
- внутрішні: фінансові ресурси; виробничі ресурси; маркетингові ресурси; організаційні фактори та менеджмент.

Проаналізовано важливість залучення інвестицій у харчовий сектор та було визначено, що від динаміки обсягів та структури інвестицій залежить ефективність економічного розвитку харчової промисловості та добробут населення країни. Для того щоб забезпечити конкурентоспроможність товарів на світовому ринку потрібна залучення інвестицій в харчовий сектор є надзвичайно важливою, так як вони впливають на забезпечення конкурентоспроможності продукції і підвищення її якості; структурної перебудови виробництва; створення необхідної сировинної бази для

ефективного функціонування підприємств; відновлення основних виробничих фондів; підвищення технічного рівня праці і виробництва.

Проаналізовано методи оцінювання конкурентоспроможності товарів харчової промисловості та визначено що до основних належать: аналіз SWOT, аналіз портфеля, оцінка витрат, аналіз якості, оцінка інновацій.

Ці методи можуть використовуватися окремо чи в комбінації для отримання повної картини про конкурентоспроможність продукції.

Аналіз показав, що оцінка конкурентоспроможності розглядається як найважливіший показник, який може здійснити істотний вплив на розвиток не лише окремих підприємств, а й національної економіки в цілому. Конкурентоспроможність товарів харчової промисловості впливає на створення нових робочих місць, зменшуючи безробіття. Вищий рівень життя: міжнародна конкурентоспроможність може призвести до підвищення доходів і покращення рівня життя громадян.

Конкурентоспроможність і економічне зростання тісно переплетені, взаємно підсилюючи один одного; отже, підвищення конкурентоспроможності товарів харчової промисловості призводить до посилення економічного зростання, яке, у свою чергу, може підвищити конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність є рушієм економічного зростання, оскільки вона спонукає підприємства підвищувати свою продуктивність, спрямовувати ресурси на інновації, аналізу та розробки та підвищувати якість своєї продукції. Зростання обороту на мікроекономічному рівні та валового внутрішнього продукту на макроекономічному рівні з часом призведе до збільшення інвестицій, що призведе до збільшення сукупної пропозиції, що призведе до зростання зайнятості.

Згідно проведеного аналізу, було визначено, що Україна займає провідне місце на світовому ринку по конкурентоспроможності товарів харчової промисловості.

Україна представлена на світовому ринкові наступними товарами харчової промисловості: зернові культури (основні позиції: пшениця,

кукурудза, ячмінь); перероблені продукти з молока (основні позиції: сир, масло); соняшникова олія; м'ясо та м'ясопродукти (основні позиції: свинина, птиця, яловичина); овочі та фрукти (основні позиції: цибуля, картопля, яблука).

Основними країнами імпортерами харчової продукції з України є країни Європейського Союзу, зокрема Польща, Німеччина, Італія, Іспанія, Франція, а також країни Східної та Південно-Східної Азії, зокрема Китай, Індія, Туреччина, Єгипет, Марокко.

Українські молочні продукти експортуються по всьому світові, аналіз показав що за 2023 рік було експортовано: сухе і згущене молоко (25,57%), молоко та вершки незгущені (21,89%), молочна сироватка (16,75%) та морозиво (14,68%).

Все ще основна експортна продукція в Україні – це сировина. Однак і на ринках готової продукції ми просуваємося, та й сировину вивели на рівень світових екологічних трендів. Ми маємо значний потенціал і українські виробники здатні створювати високоякісні товари, які без проблем конкуруватимуть з кращими зразками на світовому ринку.

Визначено, що до основних проблем розвитку конкурентоспроможності українських товарів харчової промисловості на світовому ринкові належать: низька якість продукції та недостатнє дотримання стандартів безпеки харчових продуктів; відсутність інвестицій у розвиток харчової промисловості; недостатня підтримка держави; нерозвинена логістика та транспортування; високі податки та регулювання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. [Антощенкова В. В.](#) Конкуентоспроможність, як основа ефективної національної економіки. [Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка](#). 2019. Вип. 20, С. 84-95
2. Архієреєв С. І., Мєшкова В. В. Методика поетапної оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2019. №11, С. 210–221.
3. Афанасьєв Є. В., Бурлакова Є. С. Основні напрямки підвищення конкурентоспроможності гірничо-збагачувальних підприємств: Редакційна колегія: Варава ЛМ, д. е. н., проф., завідувач кафедри менеджменту і адміністрування, Криворізький національний університет; Брадул ОМ, д. е. н., проф., декан факультету економіки та управління. 2021. С. 79.
4. Баранюк Х.О. Аспекти забезпечення ефективного функціонування підприємств малого бізнесу харчової промисловості. *Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття: IV міжнар. наук.-практ.конф., 5-8 жовтня 2016 р.: тези допов.* Одеса, 2016. С. 245-249
5. Баранюк Х.О. Конкуентоспроможність: сутність та об'єкти дослідження. *Економіка харчової промисловості*. 2016, Том 8, Вип. 4, с. 33-408
6. Бердар М.М. Конкуентоспроможність підприємств харчової промисловості України: сучасні проблеми та напрями підвищення. *Агросвіт*. 2018. № 12, С. 8—14.
7. Бившева Л. О. Стратегічне управління персоналом як фактор зростання конкурентоспроможності промислового підприємства. *Економічний вісник Донбасу*. 2020. № 1 (59), С. 137-144.

8. Білявський В.М., Богач К.В. Впровадження інноваційних технологій в процес управління персоналом. *Сучасні проблеми менеджменту : матеріали XIII міжнар. наук.-практ. конф.* К. : Нац. авіац. ун-т, 2017. С. 31-33.
9. Білявський В.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Сталий розвиток економіки.* 2018. № 38, С. 131–140.
10. Богацька Н.М., Христич С.Г. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Молодий вчений.* Харків. 2019. №11, С. 87-92
11. Борисова Т. М. Хрупович С.Є. Глобальна конкуренція: роль та місце у системі маркетингового середовища. *Галицький економічний вісник Т. : ТНТУ, 2021. Том 68. № 1. С. 159–165.*
12. Борисюк І.О., Єрьоменко А.В. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури.* 2020. № 33, С. 6-13
13. Бугай Н. С. Конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості та обґрунтування стратегії її забезпечення. К., 2022, 114 с.
14. Бугай В.З. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics.* Київ, 2019. 33-38 с
15. Бундюк А.М., Лихащенко К.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Збірник тез доповідей XVIII Міжнародної наукової конференції «Удосконалення процесів та обладнання харчових та хімічних виробництв» 12-16 жовтня 2020, С. 31-42
16. Василенко В. О. Стратегічне управління. К. : ЦУЛ, 2019. 396 с
17. Васьковська К.О. Сутність категорії «конкурентоспроможність діяльності підприємства». *Науковий вісник ОДЕУ.* 2010. №10 (111). С. 165-173

18. Vdovenko N. et al. Конкуентоспроможність рибного господарства та аквакультури як складова ефективності національної економіки. *Економіка і управління бізнесом*. 2019. Т. 10. №. 1. С. 30-39.
19. Галич О. А. Стратегічне управління персоналом як фактор зростання конкурентоспроможності підприємства. *Агросвіт*. 2019. №. 6. С. 27-32.
20. Гамова О.В. Шляхи та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування в контексті стратегічного розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 3. С. 11–15.
21. Головчук Ю.О., Пчелянська Г.О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. *Економіка та держава*. 2020. С. 66–70.
22. Гончар О. І., Хачатрян В. В. Інноваційність—сучасна умова розвитку підприємницького потенціалу. *Підприємництво і торгівля*. 2018. №. 23., С. 77-81.
23. Гринів Л.В. Оцінка та підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості: Дис. канд. екон. наук: 08.00.04. – Київ: Національний університет харчових технологій, 2008. – 212 с.
24. Гринько Т.В. Фактори конкурентоспроможності підприємств. *Держава та регіони*. 2004. № 2. С.50-53
25. Гришина Н.В., Арчибісова Д.С., Єрмократій А.О. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості (на прикладі миколаївської області). *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2018. № 3. С. 410-419.
26. Губіна В.В. Механізми підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості: [монографія] / В.В. Губіна.- Харків: Панов, 2015.204с
27. Гуторов О.І. Логістика як науково-практичний напрямок та фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2019. № 1. С.38-50.

- 28.Данько Т. І., Яворська Н.П. Дослідження взаємозв'язку конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємств торгівлі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Харків, 2018. 78 с
- 29.Дашко І.М. Дослідження основних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та держава*. 2020, с. 34-41
- 30.Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Конкурентоспроможність підприємства як економічна категорія. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. №. 6, С. 116-121.
- 31.Державна служба статистики <https://www.ukrstat.gov.ua/>
- 32.Дрозінський В. Конкурентні переваги: зовнішні та внутрішні. *Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»*, 25 жовтня 2022 р. Умань. 2022. 185 с
- 33.Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства : [навч. посіб.]. К. : Центр начальної літератури, 2018. 384с.
- 34.Дудар В.Т. Конкурентні переваги властивостей органічної агропродовольчої продукції з позицій маркетингу. *Наук. журнал «Вісник ТНЕУ»*. Випуск 1. Тернопіль, Економічна думка. 2019. С. 131-140.
35. Дурбалова І. Н. Інноваційно-інвестиційний вектор розвитку хлібопекарських підприємств . *Food Industry Economics*. 2019. Т. 11. №. 3, С. 9-11
- 36.Економіка та організація інноваційної діяльності: навчальний посібник для студентів, що навчаються за спеціальністю 051– Економіка (для всіх форм навчання) / О. А. Іванова ; Нар. укр. акад. [каф. економіки та права]. Харків : Вид-во НУА, 2020. 108с.

- 37.Єпіфанова І. Ю. Формування інноваційних стратегій промислових підприємств у сучасних умовах. *Підприємництво та інновації*. 2020. №. 13. С. 33-39.
- 38.Єрмаков О.Ю. й Єсаулов В.А. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств на ринку продукції рослинництва. *Науковий вісник НУБіП України*. 2016. №247. С. 130-141
- 39.Желуденко К. В. Сутність та фактори конкурентоспроможності продукції підприємств України. *Інтелект XXI*. 2017. №. 1, С. 66-71.
- 40.Заюкова М.С. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності сучасних підприємств. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*, 2018. 45 с.
- 41.Золотих І. А. Проблеми інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості. *Економіст*. 2012. № 2. С. 40-41.
- 42.Зось-Кіор М.В., Брижань К.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства в2 умовах нестабільності. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука», «Економічні науки»*, 2017, С. 5-17
- 43.Інноваційні напрями розвитку харчових технологій : колективна монографія [Електронний ресурс] / за загальн. ред. канд. техн. наук, доц. Н. А. Нагурної ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2020. 154 с.
- 44.Іртищева І. О., Потапенко О. М. Інституційне забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку. *Бізнес-навігатор*. 2011. № 3 (24). С. 102–106.
- 45.Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2021. № 3. С. 127–136
- 46.Касич А. О. , Глущенко Д. О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 11. С. 65-70

- 47.Кириленко Х. В. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі: проблеми та напрями їх вирішення. *Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття*. 2018. С. 59.
- 48.Кириченко О. О. Напрямки підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Студентська наукова конференція 25-26 квітня 2018 рік*. С. 74.
- 49.Коваленко О. В. Інноваційний розвиток підприємств харчової промисловості України. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2020.№ 4. С. 34-52.
- 50.Семенчук І.М., Мала К.Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. *Агросвіт*. 2019. № 4. С. 56—61
- 51.Коверза В. С. и др. Шляхи підвищення конкурентоспроможності банків в контексті інтеграції в ЄС. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2020. №. 11, С. 6-9
- 52.Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. Харків : ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
- 53.Костриченко В.М. Практичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник НУВГП Економічні науки*. 2019. випуск 1 (85). С. 90–103
54. Кузьома В. В. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес Інформ*, 2020. 88с.
- 55.Розвиток харчової переробної промисловості за 2019 рік. Інформаційно-аналітичний портал АПК України. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua>
- 56.Купріна Н.М. Стан та регулювання ефективності функціонування підприємств малого бізнесу: актуальний аспект. *Науково-методичні аспекти обліково-аналітичної системи підприємства: [монографія] / [В.В. Немченко, Ф.А. Трішин, Л.В. Іванченкова, Н.М. Купріна, Г.О.*

- Ткачук та ін.] ; за заг. ред. д. е. н., проф. В.В. Немченко. Одеса: Фенікс, 2016, С.59-71
- 57.Купчак П. М. Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних та глобалізаційних процесів : монографія / за ред. д.е.н., проф. Л. В. Дейнеко. К. : Рада по вивч. прод. сил України НАН України, 2019. 152 с.
- 58.Лагодієнко В. В., Завгородній А. В., Шаповалова І. О. Технологічні інновації в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. *ВІСНИК*. 2020, С. 62-91.
- 59.Лапін, О. В. Шляхи удосконалення експортного потенціалу підприємств харчової промисловості. *Ефективна економіка*. Дніпропетров. держ. аграрно-економ. ун-т. 2020. № 11, с. 97 - 99.
- 60.Левицька А. О. Дослідження еволюції визначення та трактування конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 3. Т.3. С. 200-204
- 61.Лук'янчук О. М. Особливості використання методів ефективної оцінки конкурентоспроможності підприємства. *ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ* «Економіка. Фінанси. Право». 2020. №. 4, С. 13-17.
- 62.Макаренко, С. М. Теоретико-методологічні та прикладні засади формування інноваційної стратегії розвитку промислового підприємства : монографія. Херсон : Книжкове вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2020. 234 с
- 63.Малихіна С. В. Міжнародна конкурентоспроможність — як пріоритетний фактор розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Управління проектами, системний аналіз і логістика*. Технічна серія. 2021. Вип. 10, С. 526–529.
- 64.Мельничук Л. С., Хізніченко О. О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили*

- комплексу «Києво-Могилянська академія». Серія: Економіка. 2016. Т. 275, Вип. 263. С. 102–105
65. Михайлишин Б. Інноваційний розвиток та конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості. *Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»*. 2023, С. 85-86.
66. Моложникова В. В., Могилова А. Ю. Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Topical issues of practice and science*. 2021. Т. 26, С. 236.
67. Мохонько Г., Клименко К. Стан розвитку інноваційного потенціалу підприємств харчової промисловості в Україні. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. 2020, С. 184-185.
68. Новікова Н. В., Ряполова І. О. Проблеми впровадження інновації у харчовій промисловості. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2020. №. 1-1 (72), С. 117-122.
69. Офіційний сайт Інститут продовольчих ресурсів НААН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iprkyiv.com>
70. Павлова Н. О. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення (на прикладі ТОВ «МАСТЕР-АВІА»). 2020, 81 с.
71. Панченко М. О., Капелюшна А. А. Фактори оцінки конкурентоспроможності підприємств з виготовлення фруктових соків. *ВІСНИК*. 2018, С. 221.
72. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Доступний з [http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/zakon\\_kr\\_perebuv/4592.html](http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/zakon_kr_perebuv/4592.html).
73. Перерва П. Г., Нагі С., Кобелева Т. О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності. *Вісник Національного технічного*

- університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291), С. 89-94.
- 74.Пермякова В. В. и др. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств України. 2019., с.49-53
- 75.Півоваров О. А. Інноваційний інжиніринг в окремих галузях харчового виробництва / О. А. Півоваров, О. С. Ковальова, В. С. Кошулько. – Дніпро : ФОП Обдимко О.С., 2022. 407 с
- 76.Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія. Х.: ВД "ІНЖЕК", 2019. 368 с.
- 77.Приз, Ю. Обґрунтування основних напрямків підвищення прибутковості та конкурентоспроможності аптечної мережі : кваліф. робота / наук. керівник Н. Демченко. Харків, 2022, 78 с
- 78.Причепа І.В. Інноваційні пріоритети формування стратегічних конкурентних переваг підприємства. Ефективна економіка. Київ, 2019р. 143с
- 79.Пуліна Т. В., Тесленок Т. В., Нестеренко А.Г. Розробка стратегії енергоефективності запорізької області. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 11. 2018, С. 65-69
- 80.Роганова, Г. О. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на прикладі ПрАТ «Оболонь». *Наукові праці НУХТ*. 2021. Т. 27, №1, С. 53–60.
- 81.Савченко С. М. Критичний аналіз наявного методичного інструментарію оцінювання конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та держава*. 2020. №. 7. С. 79-84.
- 82.Сапотніцька, Н., Козак, В. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства та їх синергія. *Трансформаційна економіка*, 2023 (2 (02), 49-52.

83. Сімахіна Г., Науменко Н. Здобутки і перспективи впровадження інновацій у харчовій промисловості України. *Publishing house «European Scientific Platform*. 2021, С. 55-63.
84. Соціо-еколого-економічний розвиток агропродовольчої сфери України в сучасних умовах: проблеми та шляхи їх розв'язання : [монографія] / [О.І. Павлов, К.Б. Козак, Д.Ф. Крисанов та ін.] ; за заг. ред. О.І. Павлова. Одеса: Астропринт, 2020, С. 106 – 120
85. Стеценко Н. О., Іноземцева К. В. Виробництво функціональних харчових продуктів–сучасний напрям інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості. *Prospects for the development of modern science and practice: abstracts of XVI International scientific and practical conference*, 11-12 May. 2020, С. 345-348.
86. Стецько, М. В. Фінансовий ринок України у контексті глобальної конкурентоспроможності [Текст] / Микола Васильович Стецько // *Економічний аналіз: зб. наук. праць* / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. Том 25. № 1. С. 158-168.
87. Суханова А. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. №. 26, С.1-5
88. Тарасенко І. О. Оцінка інноваційної активності підприємства в системі стратегічного управління. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 9., С. 133-141.
89. Римар О. Г., Мазуркевич І. О. Проблеми та перспективи розвитку харчової промисловості України. *Економіка та держава*. 2021. – № 3. – С. 66–70
90. Ткаченко А. М., Ткаченко А. М. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. 2019, С. 14 – 22

91. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність : [монографія] / А.А. Мазаракі, Д.М. Пшеслінський, І.В. Смолін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020, С. 125.
92. Управління міжнародною конкурентоспроможністю: підприємство – регіон: [монографія] / [Ю.Г. Козак, І.О. Уханова, О.А. Єрмакова, О.О. Сукач, С.В. Ляліков, О.В. Сулім, Д.Н. Бурлаченко, О.В. Захарченко, О.Р. Швагер, Н.А. Постова, О.О. Біла, Л.І. Андрусенко, П.Д. Дмитрієв, Д.А. Нікіфоров]; за ред. Ю.Г. Козака, І.О. Уханової. Київ: Центр учбової літератури, 2019, 173 с.
93. Федулова, І.В., Кундєєва, Г.О. Інноваційний потенціал підприємства. Київ: МВЦ «Медінформ». *Товари і ринки*. 2018 (1), 218-225.
94. Формування конкурентного середовища як умова розвитку підприємництва : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. [«Проблеми і перспективи розвитку підприємництва в Україні»] / [відп. ред. А.А. Мазаракі]. К. : КНТЕУ, 2019. 310 с.
95. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства. Харків, 2018. 320 с
96. Чалюк Ю. О. Глобальна конкурентоспроможність Китаю. *Китаєзнавчі дослідження*. 2021. №. 1, С. 137-149.
97. Шірінян Л. В., Нова методологія комплексної оцінки конкурентоспроможності ринку страхових послуг України: фактори масштабу і суперництва, тенденції та порівняння. *Облік і фінанси*. 2019. №1 (83). С. 153-162.
98. Янковий О.Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: Монографія. Одеса: Атлант, 2020. 470 с.
99. Яремченко Л.М. Конкурентоспроможність підприємства: економічна сутність та чинники впливу. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія; за заг. ред. проф. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2017. С. 57–66.

100. Draws L. Die BCG Matrix einfach erklärt mit Beispiel. Wissensdatenbank. Modelle & Konzepte. 2019. URL: <https://www.scribbr.de/modellekonzepte/bcg-matrix/> (Last accessed: 15.04.2020).
101. Grabovenko O.A., Kovtunenکو Yu. V. COMPETITIVENESS ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS: PROBLEMS AND PROSPECTS. ECONOMICS: time realities #2, 2016. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2016/No2/41.pdf> (Last accessed: 12.05.2020).
102. Методичні рекомендації до виконання випускної кваліфікаційної роботи зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка» С.О. Гуткевич, Київ : НУХТ, 2022.
103. Офіційний сайт Державної служби статистики України. 1998–2016. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/nac\\_r.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/nac_r.htm)
104. METHOD OF STRATEGIC COMPETITIVENESS ASSESSMENT  
Lina Artemenko, PhD in Economics, Associate Professor, Halyna Tolmachova, National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute".