

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ**

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної  
діяльності

**Кваліфікаційна робота  
бакалавра**

на тему: «Забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської  
продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану»

Виконав : студент 5 курсу, групи 6.0739-зед-з  
спеціальності 073 менеджмент освітньої програми  
менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Паламарчук І. І.

Керівник : доцент кафедри бізнес-адміністрування і  
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,  
кандидат наук з державного управління, доцент  
Петрова К.В.

Рецензент : завідувач кафедри бізнес-адміністрування  
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,  
доктор наук з державного управління, професор  
Бікулов Д. Т.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет менеджменту

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

Д.Т. Бікулов

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 року

**ЗАВДАННЯ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Паламарчук Ірина Ігорівна

1. Тема роботи «Забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану»  
керівник роботи: Петрова К.В., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, наук з державного управління, доцент

затверджені наказом ЗНУ від 27.12.2023 року № 2227-с

2. Строк подання студентом роботи 23.04.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

2. АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НПАК «СТЕПОВА» НА РИНКУ КАЗАХСТАНУ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) \_\_\_\_\_  
 8 таблиць  
 3 рисунки

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Петрова К.В.		
2	Петрова К.В.		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_ 01.10.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	01.10.2023	
2.	Затвердження змісту роботи.	02.10.2023	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	03.10.23-13.11.23	
4.	Розробка чернетки I розділу кваліфікаційної роботи.	14.11.23-23.12.23	
5.	Написання I розділу кваліфікаційної роботи.	24.12.23-31.01.24	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	01.02.24-21.02.24	
7.	Розробка чернетки II розділу кваліфікаційної роботи.	22.02.24-20.03.24	
8.	Написання II розділу кваліфікаційної роботи.	21.03.24-29.04.24	
9.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.04.24-08.05.24	
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.05.2024	
11.	Проходження нормоконтролю.	10.05.24-31.05.24	
12.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	01.06.2024	
13.	Захист кваліфікаційної роботи.	червень 2024	

Студент

\_\_\_\_\_ (підпис)

І. І. Паламарчук  
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

\_\_\_\_\_ (підпис)

К. В. Петрова  
(ініціали та прізвище)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_ (підпис)

Т. М. Магомедова  
(ініціали та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра: 52 с., 3 рис., 8 табл., 27 джерела.

Об'єкт дослідження: процеси, що здійснюють забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

Предмет дослідження полягає у комплексному визначенні понять «конкурентоспроможність» та «забезпечення конкурентоспроможності», їх особливостей та методів оцінки.

Мета дослідження: здійснити цілісний аналіз забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

Методи дослідження: системний метод, метод аналізу, індукції, дедукції, узагальнення, метод структурно-функціонального аналізу, порівняльно-аналітичний, тощо.

У роботі, студентом проведено аналіз сільськогосподарського підприємства НПАК «Степова». Розглянуто його роль як важливого учасника аграрного ринку, спрямованого на виробництво та реалізацію сільськогосподарської продукції.

Здобувачем проаналізовано внутрішню діяльність підприємства, де було виявлено кілька ключових аспектів, які впливають на його конкурентоспроможність. Спеціальний акцент був зроблений на фінансовому стані НПАК «Степова», визначеному через показники балансу та фінансового результату за 2019-2021 роки. Додатково, проведено аналіз виробництва сільськогосподарської продукції за різними культурами, що дозволило виявити зміни в площі посівів та обсягах виробництва у порівнянні з попередніми роками.

Аналізуючи сільськогосподарську продукцію НПАК «Степова» на ринку Казахстану, дослідження виявило потребу в стратегічному управлінні та впровадженні інновацій, що може допомогти у подоланні викликів та підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

На основі оцінки впливу зовнішніх та внутрішніх чинників на діяльність підприємства, визначено сильні та слабкі сторони НПАК «Степова», що дозволило сформулювати рекомендації для поліпшення його конкурентоспроможності. Відтак, нами узагальнено найбільш ефективні та діючі рекомендації, що орієнтовані на забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану:

- технологічна модернізація;
- маркетинг та розширення асортименту;
- оптимізація виробництва кукурудзи та соняшнику;
- стратегічне планування ризиків;
- підтримка фінансової стійкості;
- партнерство та міжнародна співпраця;
- соціальна відповідальність.

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, СІЛЬКОГОСПОДАРСЬКА ПРОДУКЦІЯ, ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ, СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРЮВАННЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ**

## ABSTRACT

Bachelor's thesis: 52 pages, 3 fig., 8 tables, 27 sources.

The object of research: processes that ensure the competitiveness of agricultural products.

The subject of the research is the comprehensive definition of the concepts of «competitiveness» and «ensuring competitiveness», their features and assessment methods.

The purpose of the research: to carry out a holistic analysis of ensuring the competitiveness of agricultural products.

Research methods: system method, method of analysis, induction, deduction, generalization, method of structural-functional analysis, comparative-analytical, etc.

In the work, the student analyzed the agricultural enterprise NPAK «Stepova». Its role as an important participant in the agricultural market aimed at the production and sale of agricultural products is considered.

The acquirer analyzed the internal activities of the enterprise, where several key aspects affecting its competitiveness were identified. A special emphasis was placed on the financial condition of NPAK «Stepova», determined through the indicators of the balance sheet and financial result for the years 2019-2021. In addition, an analysis of the production of agricultural products by various crops was carried out, which made it possible to identify changes in the area of crops and production volumes compared to previous years.

Analyzing the agricultural products of NPAK «Stepova» on the market of Kazakhstan, the study revealed the need for strategic management and innovation, which can help overcome challenges and increase the company's competitiveness.

Based on the assessment of the impact of external and internal factors on the company's activities, the strengths and weaknesses of Stepov JSC were determined, which made it possible to formulate recommendations for improving its competitiveness. Therefore, we have summarized the most effective and effective recommendations aimed at ensuring the competitiveness of agricultural products of Stepova NPAK on the Kazakhstan market:

- technological modernization;
- marketing and assortment expansion;
- optimization of corn and sunflower production;
- strategic risk planning;
- support of financial stability;
- partnership and international cooperation;
- social responsibility.

COMPETITIVENESS, ENSURING COMPETITIVENESS,  
AGRICULTURAL PRODUCTS, AGRICULTURE, PRODUCT  
COMPETITIVENESS

## ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА.....	2
РЕФЕРАТ.....	5
ABSTRACT.....	6
ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	10
1.1. Визначення понять «конкурентоспроможність» та «забезпечення конкурентоспроможності» на ринку сільськогосподарської продукції.....	10
1.2. Особливості забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та їх значення.....	13
1.3. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НПАК «СТЕПОВА» НА РИНКУ КАЗАХСТАНУ.....	22
2.1. Аналіз ринку Казахстану.....	22
2.2. Загальна характеристика діяльності НПАК «Степова» на ринку Казахстану.....	25
2.3. Розрахунок конкурентоспроможності продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану.....	34
2.4. Аналіз забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану.....	38
2.5. Шляхи підвищення конкурентоспроможності НПАК «Степова» на ринку Казахстану.....	41
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	46
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	49

## ВСТУП

На сьогоднішній день сільське господарство є ключовою складовою економіки Казахстану, а його конкурентоспроможність визначає стійкість та розвиток сільськогосподарського сектору. Діяльність НПАК «Степова» має значущий вплив на соціально-економічний розвиток регіону та забезпечення працевлаштування місцевого населення. Світові та регіональні зміни в умовах торгівлі, стандарти якості, та конкуренція на ринках вимагають від підприємств адаптації та підвищення конкурентоспроможності. Відтак, збалансованість між високими обсягами виробництва та дотриманням екологічних стандартів важлива для сталого розвитку та уникнення негативного впливу на навколишнє середовище.

Крім того, важливо додати, що відповідно до сучасних тенденцій існує гостра проблема у дослідженні забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, що визначає дослідження актуальним у контексті загального економічного розвитку, сталого управління та соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств.

Об'єкт дослідження – процеси, що здійснюють забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

Предмет дослідження полягає у комплексному визначенні понять «конкурентоспроможність» та «забезпечення конкурентоспроможності», їх особливостей та методів оцінки.

Мета дослідження – здійснити цілісний аналіз забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на ринку Казахстану.

Відповідно до визначеної мети дослідження, нами визначено наступні завдання:

– визначити поняття «конкурентоспроможність» та «забезпечення конкурентоспроможності» на ринку сільськогосподарської продукції;

- дослідити особливості забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та їх значення;
- розкрити методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції;
- здійснити загальну характеристику діяльності НПАК «Степова» на ринку Казахстану;
- охарактеризувати вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на забезпечення конкурентоспроможності НПАК «Степова»;
- проаналізувати забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції НПАК «Степова».

Методи дослідження. В процесі написання роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Серед загальнонаукових методів нами використовувались такі методи як: системний метод, метод аналізу, індукції, дедукції, узагальнення тощо. Для вирішення окремих завдань використовувалися спеціальні методи, а саме метод структурно-функціонального аналізу, порівняльно-аналітичний, тощо.

Інформаційною базою дослідження стали теоретичні положення вітчизняної літератури з питань забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції; законодавчі та нормативно-правові документи, що стосуються теми дослідження; численні методичні матеріали науково-практичних конференцій та семінарів за темою дослідження; інформаційні, аналітичні, довідкові джерела; а також матеріали з ресурсу Інтернет.

Практичне значення. Результати дослідження можуть використовуватись в навчальному процесі, в тому числі для формування методичних рекомендацій викладу матеріалу з даної теми студентам, а також науковцями, що досліджують дане питання. Крім того, отримані результати роботи можуть використовуватись задля покращення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану.



## РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1 Визначення понять «конкурентоспроможність» та «забезпечення конкурентоспроможності» на ринку сільськогосподарської продукції

В сучасних умовах глобалізації та постійних змін у світовій економіці питання конкурентоспроможності стає ключовим для підприємств у сільському господарстві. У контексті ринку сільськогосподарської продукції, де конкуренція між виробниками надзвичайно висока, розуміння та визначення концепцій «конкурентоспроможність» та «забезпечення конкурентоспроможності» набувають стратегічного значення.

Вперше поняття «конкурентоспроможність» було введено наприкінці 1970-х рр. М. Портером. На його думку, конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин. Іншими словами, під конкурентоспроможністю розуміють комплекси споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, які визначають його успіх на ринку, тобто перевагу саме цього товару над іншими в умовах широкої пропозиції конкуруючих товарів-аналогів [1, с. 5].

З. В. Герасимчук та Л. Л. Ковальська трактують конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств «як спроможність зберігати або розширювати конкурентні позиції на цільовому ринку в процесі адаптації до мінливого конкурентного середовища функціонування через співвідношення ціна / якість продукції як точки перетину інтересів виробника і споживача, що показує момент узгодженості між пропозицією і попитом. Забезпечення узгодженості сприяє максимізації прибутку за рахунок виробництва безпечної і

якісної сільськогосподарської продукції та досягнення конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств» [2].

На думку М. Й. Маліка та О. А. Нужної «конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств – це здатність суб'єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових умов господарювання використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні ресурси, якомога повніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагувати на зміну його кон'юнктури» [3].

Узагальнюючи різноманітні точки зору та підходи до розуміння конкурентоспроможності, конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства можна визначити як його здатність конкурувати за частку на ринку споживчого сектору з існуючими та потенційними конкурентами. Це включає не лише утримання наявних конкурентних позицій, а й розширення їх шляхом підвищення якості сільськогосподарської продукції, проведення наукових досліджень та технологічних розробок (інтелектуальні програми), використання передових систем інформаційних агротехнологій, залучення нових інвесторів, включаючи іноземних, а також в контексті євроінтеграції, застосування інноваційних підходів до управління якістю роботи персоналу (загальне управління якістю), що включає в себе розроблення і впровадження ефективної інноваційної стратегії в умовах сучасності. Основна мета полягає в досягненні високої ефективності в галузі, спрямованої на задоволення потреб споживачів [4, с. 8-9].

Відтак, конкурентоспроможне сільськогосподарське підприємство – це не ізольований від суспільного середовища суб'єкт, який у закритих умовах створює і просуває на ринок продукцію, а активний учасник і регулятор того, що відбувається у його зовнішньому (і не лише економічному) середовищі [5]. Такі підприємства мають брати активну участь у модернізації інституційно-правових засад функціонування сільського господарства та розвитку сільських

територій, лобювати такі рішення і слідувати їх упровадженню. Інколи це може суперечити власним комерційним інтересам щодо швидкого збагачення, але в стратегічному плані це шлях до суспільного визнання, поліпшення соціальної та інвестиційної привабливості, налагодження державно-приватного партнерства і виступу надійним партнером держави в реалізації економічних програм та розвитку сільських територій [6, с. 78].

Тобто, поняття конкурентоспроможності охоплює широкий спектр аспектів, починаючи від ефективного використання ресурсів та завершуючи здатністю пристосовуватися до ринкових умов. При цьому, забезпечення конкурентоспроможності на ринку сільськогосподарської продукції передбачає впровадження комплексу стратегій, спрямованих на підвищення продуктивності, якості, інноваційності та здатності виробників пристосовуватися до змін у споживчих вимогах.

Поняття «забезпечення конкурентоспроможності» на ринку сільськогосподарської продукції визначає комплекс стратегій і заходів, спрямованих на збереження та підвищення конкурентних переваг виробників у даній сфері. Це важливий аспект, оскільки сільське господарство є ключовим сектором економіки, а конкуренція на його ринку стає все більш інтенсивною [7].

Забезпечення конкурентоспроможності включає в себе різноманітні аспекти, такі як оптимізація виробництва, підвищення якості продукції, інноваційний розвиток, управління ресурсами, адаптація до змін кліматичних та ринкових умов, а також ефективна маркетингова стратегія. Забезпечення конкурентоспроможності передбачає постійний аналіз ринкових тенденцій, споживчих уподобань та технологічних інновацій для прийняття своєчасних та обґрунтованих рішень [8].

Успішне забезпечення конкурентоспроможності у сільському господарстві сприяє сталому розвитку галузі, підтримує економічний зріст виробників, а також впливає на забезпечення продовольства та розвиток сільських територій. Таке поняття активно враховує взаємодію зовнішніх і

внутрішніх чинників, що визначають успіх сільськогосподарських підприємств у глобальному ринковому середовищі [9].

Таким чином, дослідження визначення понять «конкурентоспроможність» та «забезпечення конкурентоспроможності» на ринку сільськогосподарської продукції виявило, що ці терміни охоплюють комплекс стратегій та дій, спрямованих на забезпечення успішного виходу виробників на конкурентний ринок. Конкурентоспроможність вимагає від сільськогосподарських підприємств не лише виробництва високоякісної та конкурентоздатної продукції, але й ефективного управління ресурсами, впровадження інновацій, адаптації до ринкових змін та врахування вимог сталого розвитку. При цьому, забезпечення конкурентоспроможності на ринку сільськогосподарської продукції є багатогранним завданням, яке включає в себе велику кількість факторів, таких як технологічна інноваційність, ринкова стратегія, ефективне управління, якість продукції та здатність адаптуватися до змінних умов ринку [10; 11]. Успішне забезпечення конкурентоспроможності сприяє не лише економічному зростанню сільськогосподарських підприємств, але й сталому розвитку галузі в цілому, забезпечуючи сталість виробництва, збалансований розвиток сільських територій та забезпечення продовольства. З урахуванням динамічного характеру ринку та викликів сучасності, забезпечення конкурентоспроможності залишається актуальним та стратегічно важливим завданням для сільськогосподарських виробників.

## 1.2 Особливості забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та їх значення

Сільське господарство в сучасних умовах стикається з рядом викликів і завдань, серед яких ключовим є забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на світовому ринку. Зміни в економічному, екологічному та соціокультурному середовищі ставлять під сумнів традиційні

методи ведення сільського господарства і вимагають пошуку нових підходів до забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

Однією з ключових тем в сучасній аграрній науці та практиці є вивчення особливостей забезпечення конкурентоспроможності в сільському господарстві та визначення їх значення для сталого розвитку агросектору. Сільське господарство виступає основною ланкою харчового ланцюга, і його успішність у боротьбі за конкурентоспроможність безпосередньо впливає на життя і добробут сільських громад та загальне господарське благополуччя країни [12].

Важливо зауважити, що основними складовими елементами забезпечення конкурентоспроможності продукції є: собівартість продукції, ціна реалізації та якість продукції. Крім цього, чинниками забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції виступають:

- прогресивні енергозберігаючі технології вирощування, зберігання, переробки, транспортування та реалізації продукції;
- впровадження інноваційних методів селекційної роботи в рослинництві і тваринництві;
- удосконалена система техніко-технологічних і агротехнічних заходів виробництва продукції [13, с. 198].

При цьому, забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств має характерні особливості, що пов'язані із:

- специфікою сільського господарства як виду економічної діяльності;
- впровадження інноваційних методів селекційної роботи в рослинництві і тваринництві;
- значним рівнем конкуренції у середовищі сільськогосподарських товаровиробників;
- значною кількістю та різноманітністю виробників (підприємств).

У такій ситуації для кожного виробника стають необхідними аналіз його конкурентоспроможності та розробка дієвих засобів щодо її підвищення.

Важливою умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємств є ефективне використання ресурсів, кваліфікацій персоналу, досягнень сучасного менеджменту, інноваційних, фінансових та інформаційних можливостей підприємства, що у сукупності являють собою його потенціал, який, у свою чергу, також повинен бути конкурентоспроможним [14; 15].

До умов, що забезпечують конкурентоспроможності підприємства на ринку відносять:

- застосування наукових підходів до стратегічного управління;
- забезпечення єдності технологій, економіки і розвитку управління;
- використання сучасних методів досліджень і розробок (планування програмних цілей, теорія прийняття рішень тощо);
- розгляд взаємозв'язку керуючих функцій будь-якого процесу на всіх етапах життєвого циклу об'єкта;
- створення системи заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів [16, С.136].

Тобто, процеси забезпечення конкурентоспроможності підприємства включають різні види діяльності, організовані та структуровані для підтримки та розвитку необхідних конкурентних переваг, спрямованих на досягнення стратегічно важливих цілей функціонування підприємства. Вибір конкретних заходів у сфері забезпечення конкурентоспроможності підприємства залежить від різноманітних організаційно-технічних, соціально-економічних, правових та інших факторів, що впливають на функціонування підприємства [17].

Відтак, можна визначити, що особливості забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції проявляються у ряді ключових аспектів, які визначають ефективність та успішність господарювання в агросекторі та які пропонуємо розглянути у табл. 1.1.

Загальне значення наведених особливостей полягає в створенні відмінного від інших підходу до ведення господарювання, що сприяє не лише економічному успіху підприємства, а й підтримує сталість середовища та

задоволення потреб споживачів. Конкуренстоспроможність сільськогосподарської продукції стає ключовою умовою для збереження та розвитку агросектору в умовах глобальних викликів.

Таблиця 1.1 – Ключові аспекти забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської [18]

№	Аспекти	Особливості
1	Технологічна модернізація	застосування сучасних технологій у виробництві, таких як сільськогосподарська механізація, використання сучасних сортів та гібридів, агрохімічні та біологічні засоби захисту рослин, сприяє підвищенню врожайності та якості продукції
2	Якість продукції	споживачі все більше звертають увагу на якість продукції. Висока якість сільськогосподарської продукції не лише задовольняє попит ринку, але і позитивно впливає на конкурентоспроможність, забезпечуючи стабільний попит та лояльність споживачів
3	Маркетингові стратегії	успішне позиціонування продукції на ринку вимагає розробки ефективних маркетингових стратегій. Вивчення ринкових тенденцій, брендинг, участь у міжнародних виставках дозволяють сільськогосподарським підприємствам знайти своє місце у конкурентному середовищі
4	Екологічні та соціальні аспекти	здатність сільськогосподарської продукції відповідати сучасним екологічним та соціальним стандартам стає все більш важливою. Споживачі докладають увагу до етичного виробництва та дотримання принципів сталого розвитку
5	Глобальна конкурентоспроможність	врахування та використання світових трендів у сільському господарстві, активна участь у міжнародних торговельних відносинах та створення конкурентоспроможних експортних стратегій

Отже, дослідження особливостей забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції підкреслило важливі аспекти, що визначають успішність та ефективність агросектору. Особливість сучасного господарювання в сільському господарстві полягає в поєднанні технологічної інноваційності, високої якості продукції, стратегічного маркетингу та уваги до соціально-екологічних аспектів [19]. При цьому, застосування передових технологій та технічних рішень є ключовим елементом забезпечення конкурентоспроможності. Високий ступінь механізації, використання сучасних

сортів та гібридів, а також оптимальне використання агрохімікатів та біологічних засобів захисту рослин сприяють підвищенню врожайності та забезпечують конкурентоспроможність продукції на ринку. Якість продукції визначається не лише технічними характеристиками, але й відповідністю вимогам споживачів. Урахування етичних та екологічних аспектів виробництва стає основою формування позитивного іміджу та підвищує конкурентоспроможність [20]. Крім того, маркетингові стратегії грають важливу роль у позиціонуванні продукції на ринку. Активна участь у міжнародних виставках, вивчення та адаптація до ринкових тенденцій сприяють залученню споживачів та створенню власного бренду. Загалом, забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції в сучасних умовах вимагає комплексного підходу, що враховує технічні, екологічні, соціальні та маркетингові аспекти.

### 1.3 Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції

Сільське господарство є важливою галуззю економіки, і його конкурентоспроможність має вирішальне значення для сталого розвитку та задоволення потреб суспільства. В умовах глобалізації та постійних змін на світовому ринку визначення та оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції стають актуальними завданнями для аграрного сектору. Для забезпечення ефективної конкурентної взаємодії сільськогосподарських підприємств на ринку необхідно використовувати системні та науково обґрунтовані методи оцінки.

Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції стають основою для розроблення стратегій та рішень, спрямованих на підвищення результативності агросектору та його адаптацію до змінних умов ринкового середовища [21].



Сільське господарство як вид економічної діяльності має низку властивостей, які не дають змоги застосувати методи оцінки, що використовуються для оцінки конкурентоспроможності. Тому формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств також має низку специфічних особливостей, до яких відносять [22, с. 48]:

- невисоку рентабельність аграрного сектора;
- тривалість відтворювального циклу та значний період окупності вкладених коштів; невисокий рівень створеної валової доданої вартості;
- високий ступінь непередбачуваності результату господарської діяльності, що зумовлено залежністю від зміни природно-кліматичних умов;
- екологічний фактор [23, с. 101].

На сьогоднішній день для кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства використовується підхід, який був представлений М. Портером. Згідно з цим підходом, показником потенційних переваг підприємства є частка ринку, яку воно утримує.

Оскільки сільськогосподарські підприємства виробляють продукцію з високим рівнем диференціації та різними ціновими категоріями, важливим є додатковий розрахунок ринкової частки як в натуральних показниках, так і у вартісному вираженні. Це дозволяє визначити найбільш привабливий ціновий сегмент ринку для конкурентів. Залежно від співвідношення частки ринку в натуральних одиницях до частки ринку у вартісному виразі визначається, в якому ціновому сегменті діє підприємство: якщо це співвідношення дорівнює 1, то підприємство працює в середньому ціновому сегменті ринку; якщо більше 1 - в низькому; якщо менше 1 - в високому [24].

Основні недоліки представленої методики виявляються у виборі базових об'єктів для порівняння та відсутності точної та повної інформації щодо стану конкуренції в галузі. Для оцінки конкурентоспроможності підприємств також використовуються інші методи, такі як метод різниць, метод суми місць, метод балів, рейтинговий метод, метод еталону, бенчмаркінг і інші.

Метод різниць полягає в порівнянні переваг та недоліків підприємства за конкретними показниками з іншим конкурентом. В цьому методі підприємство, яке оцінюється, порівнюється лише з одним конкурентом, і для кожного показника визначається позиція оцінюваного підприємства та кількісний розрив у досягнутих значеннях.

Метод суми місць базується на визначенні місця підприємств-конкурентів за кожним об'єктом оцінки шляхом ранжування значень окремих показників. Цей метод дозволяє визначити, за якими критеріями підприємство випереджає конкурентів, а за якими відстає, хоча кількісна оцінка відставання або випередження не проводиться в даному випадку [25, с. 159].

Підбиття підсумків щодо місць окремих підприємств за всіма показниками дозволяє визначити найбільш конкурентоспроможне підприємство відповідно до критерію мінімізації набраних місць (у випадку, коли найкращий стан оцінюється мінімальним рангом) або навпаки. Порівняння суми місць, які здобули оцінювані підприємства, дозволяє визначити місце кожного з них в конкурентній боротьбі.

Перевагою даного методу є його простота і можливість застосування для оцінки як кількісних, так і якісних показників. Однак важливо відзначити, що цей метод надає лише узагальнений результат і не дозволяє оцінити ступінь відставання підприємства від його основного конкурента.

Використання методу балів надає можливість отримати комплексну кількісну оцінку позиції підприємства у конкурентній боротьбі, коли наявні кілька конкурентів. Процес передбачає створення матриці оціночних показників для порівняння підприємства з його конкурентами, виділення найкращого значення окремого оціночного показника з даної групи підприємств та присвоєння йому бального значення.

Бальні оцінки інших підприємств за цим показником розраховуються порівнянням їх фактичних значень з найкращим у групі. Кожен оціночний показник внесе свій внесок у загальну оцінку конкурентоспроможності підприємства, при цьому рівень його значущості визначається експертно з

урахуванням його впливу на утворення обґрунтованого висновку щодо рівня конкурентоспроможності підприємства. Використання цього методу дозволяє виявити основних конкурентів, визначити позицію підприємства в конкурентній боротьбі і оцінити його наближення до найбільш конкурентоспроможного підприємства [26].

Основна ідея рейтингового методу полягає в визначенні сильних та слабких сторін підприємств порівняно з його конкурентами, використовуючи показники, які висвітлюють ключові аспекти його діяльності. Рейтинг формується на основі результатів оцінки реальних об'єктів, що відображає реальні умови ринкової конкуренції. Методика розглядає підприємство як систему, в якій взаємодіють фінансові та виробничі ресурси [27].

Метод еталону використовується для наглядного представлення конкурентних переваг та недоліків підприємства. Концепція бенчмаркінгу полягає у порівнянні характеристик певного об'єкта з найкращим, який вважається прикладом. Це порівняння може охоплювати якісні, так і кількісні показники. Бенчмаркінг проводиться неперервно, що вимагає наявності достовірної та актуальної інформації. Основною методичною складністю в реалізації бенчмаркінгу конкурентоспроможності є вибір аналогів підприємств, які мають еталонні параметри діяльності [28].

Також останнім часом зростає популярність використання показника конкурентного статусу підприємства, який був запропонований І. Ансоффом, для оцінки їх конкурентоспроможності. Цей показник визначається рентабельністю капітальних вкладень, враховуючи ступінь оптимальності стратегії підприємств та ступінь відповідності їх потенціалу оптимальній стратегії. Якщо цей показник дорівнює 1, це вказує на те, що політика розвитку підприємства гармонізується з його оптимальною стратегією та відповідними оптимальними можливостями. Значення показника від 0 до 0,4 вказує на слабку ринкову позицію; від 0,5 до 0,7 – на середню позицію підприємства; стійка ринкова позиція відповідає значенню від 0,8 до 1,0 [29].

Окремою групою методів оцінки конкурентоспроможності підприємства слід виділити графічні методи, серед яких особливу увагу заслуговує побудова багатокутника конкурентоспроможності. Багатокутник конкурентоспроможності представляє собою графічне з'єднання оцінок положення продукції підприємства і конкурентів за найбільш значимими параметрами (критеріями) і дозволяє порівнювати ці критерії. У координатній площі на осях, кожна з яких характеризує певний фактор, у вигляді точок відкладається кількісна величина за кожним з зазначених факторів. З'єднавши відмічені точки отримують багатокутник конкурентоспроможності. Перевагами даного методу є простота і наочність визначення відмінностей між конкурентами по окремому критерію. Незважаючи на популярність метод багатокутника має певні недоліки. Оскільки всі зазначені фактори пропонується розглядати як рівнозначні для оцінювання, це не дозволяє об'єктивно встановити узагальнюючий показник конкурентоспроможності [30, с. 5].

Таким чином, дослідження різноманітних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств свідчить, що кожна з цих методик має свої переваги та недоліки. Тому під час проведення оцінки конкурентоспроможності підприємств обрання методики повинно базуватися на конкретних цілях, які передбачає дослідження. При цьому, варто додати, що все частіше для цих цілей використовується підхід, в основі якого лежить застосування синтетичного інтегрального показника фінансового стану та ефективності використовуваних ресурсів для порівняння тощо.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НПАК «СТЕПОВА» НА РИНКУ КАЗАХСТАНУ

#### 2.1. Аналіз ринку Казахстану

Аналіз ринку Казахстану є важливим для розуміння місця та впливу Агрокорпорації «Степова» на цей ринок. Продукція компанії, зокрема селекційні розробки та насінництво, відіграє значну роль у сільському господарстві Казахстану.

Важливо зазначити, що Казахстан сильно залежить від імпорту таких культур, як кукурудза, озиме жито, насіння різних культур тощо. Внутрішнє розведення цієї продукції становить менше 10%. В мінливих кліматичних умовах вітчизняна система селекції та насінництва не може забезпечити аграріїв сортами, стійкими до хвороб і стресових умов [31]. Відтак, пропонуємо розглянути показники селекції та насінництва на рис. 2.1.

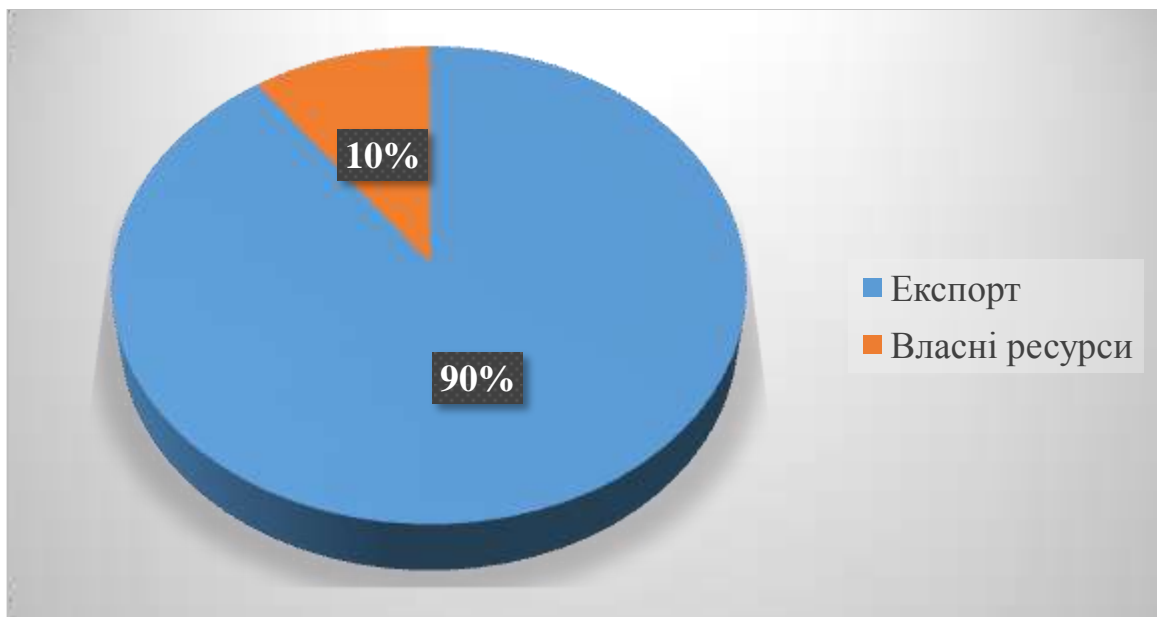


Рис. 2.1 – Показники селекції та насінництва у Казахстані (у %)

Необхідно додати, що відповідно до рис. 2.1, 90% експорту Казахстану здебільшого саме з України, що дозволяє вважати, що Агрокорпорація «Степова» має значний вплив на казахстанський ринок сільськогосподарської продукції.

Це пов'язано з тим, що сектор селекції та насінництва є важливою ланкою в сільському господарстві і протягом багатьох років агрокорпорація «Степова» активно працює на українському ринку в цьому секторі. Компанія є одним з провідних українських виробників насіння та проводить селекційну роботу. Якість продукції агрокорпорації повністю відповідає європейським і світовим стандартам, що підтверджується використанням сучасного виробничого обладнання. Лідируючі позиції компанії на ринках України, Білорусії і Казахстану утримуються тривалий час завдяки впевненості клієнтів у високій якості їх продукції та наявності всіх необхідних умов для вирощування і обробки насіння.

Агрокорпорація «Степова», що включає в себе ТОВ «Агроцентр «Раївський», є однією з провідних компаній у галузі селекції та насінництва, здобувши значний досвід протягом багатьох років. В сучасних умовах суспільство націлене на новаторські продукти, віддаючи перевагу продукції на основі її властивостей і характеристик, а не тільки назви.

Агрокорпорація використовує передові виробничі потужності, щоб забезпечити високу якість своєї продукції, відповідаючи найвищим європейським та світовим стандартам. За зусиллями науковців було створено та включено до Державного реєстру сортів рослин України понад 24 гібриди кукурудзи різних груп стиглості. На державному випробуванні перебувають 4 перспективні гібриди, які показали свій потенціал на демонстраційних посівах, та їх планується впровадження в масштабне виробництво до 2024 року.

Головною стратегічною метою великого агробізнесу є вихід на експорт, а ринок Казахстану вважається одним із найперспективніших. Проте, вихід на цей ринок пов'язане зі значною конкуренцією, складнощами в сертифікації та маркуванні, а також особливостями місцевого маркетингу.

Загалом, важливо додати, що урожайність основних культур в Україні останніми роками істотно зросла. Звідси рекордні врожаї зернових і олійних. Це дало можливість досягнути показників урожайності провідних країн світу. Однак темпи зростання повторюють світові тенденції десятирічної давності. Так, за минулі 5 років загальна урожайність зернових виросла в Україні з 4,4 до 4,9 т/га (на 11%), кукурудзи — з 6,2 до 7,2 т/га (на 16%), соняшнику — з 1,9 до 2,6 т/га (на 37%) тощо. При цьому, найбільшу частку експорт насіння гібридної кукурудзи, що постачається в основному до країн СНД — Білорусі, Грузії, Молдови та Казахстану [32], серед яких і Агрокорпорація «Степова».

На сьогодні для експорту в Казахстан Агрокорпорація «Степова» пропонує наступний портфель продуктів, що складається з двох сортів озимого (Дев'ятий Вал, Снігова Королева) і одного сорту ярого ячменю (Прерія). Більше 12 сортів пшениці, серед яких: середньостигла (Богдана), середньорання (Подільянка, Мудрість Одеська, Нива Одеська, Пилипівка, Місія Одеська, Зиск, Катруся Одеська), ранньостигла (Бунчук, Благородка Одеська, Ліга Одеська).

Також в портфелі 8 гібридів кукурудзи: РАМ 1033 (ФАО 180), Дніпровський 181 СВ (ФАО 180), Кремінь 200 СВ (ФАО 210), РАМ 1023 (ФАО 230), РАМ 1333 (ФАО 180), РАМ 8143 (ФАО 260), Данііл (ФАО 280), Шквал (ФАО 270).

Сьогодні під селекцію у «Степовій» відведено 1 тис. га земель. Зокрема, під кукурудзу — 32 дослідні ділянки по 2-10 соток. Ще на 22 га розташовується контрольний селекційний розплідник. Кожного року в інституті випробовують 3,5 тис. гібридів на урожайність і вологовіддачу. Також вони паралельно створюють ще 3 тис. нових гібридів.

Що стосується сировини, то 90% пшениці і ячменю надходять із власних полів. Щодо кукурудзи — 90% своєї сировини і 10% давальницької, а соняшнику — 100% давальницької сировини. Наразі на заводі доробляють своє насіння такі компанії, як Syngenta, «Лімагрейн Україна» [33].

Крім того, для безпечного експорту, Агрокорпорація «Степова» має таких партнерів як: Вітагро, Госпостач, ООО «Агротрейдлінк», Укragenком, ООО

«Дождь», Ювента Агрохим, ТОВ «Агровод», «Аристократ-Дніпро», Корпорація Гектар, ТОВ «Тонна плюс», ООО «ТД «Сварог Агро», Агроріч Ленд, ТОВ НВФ «Агросвіт», ТД «Агрохім», Dnipro-Building [34].

Незважаючи на це, конкуренти Агрокорпорації «Степова» на ринку Казахстану складаються з місцевих виробників насіння та інших компаній, що здійснюють селекційну роботу та постачання агропродукції. Також важливими гравцями є міжнародні постачальники з країн, які мають розвинену аграрну галузь, такі як США, Німеччина, Китай та Індія.

НПАК «Степова» має конкурентів і серед українського агросектору, до яких входить ПРАТ "Агротон", ТОВ «СпектрАгро», ТОВ ТД «Насіння».

ПРАТ "Агротон" є одним з провідних виробників сільськогосподарської продукції в Україні. Компанія спеціалізується на вирощуванні та експорті широкого асортименту сільськогосподарських культур, зокрема зернових, олійних культур, бобових та інших сільськогосподарських культур. Виробництво компанії орієнтоване на високу якість продукції, використання сучасних технологій та дотримання найвищих стандартів якості.

Підприємство активно розвиває експортні напрямки своєї діяльності, постачаючи свою продукцію на ринки різних країн: Європейський Союз, країни Азії, в тому числі Казахстан.

ТОВ "СпектрАгро" є виробником та експортером широкого спектру сільськогосподарської продукції. Компанія спеціалізується на виробництві добрив і експортує насіння високоякісних гібридів сільськогосподарських культур, таких як кукурудза, соя, пшениця та інші, сприяючи підвищенню врожайності та стійкості до стресових умов урожаю. Щодо експорту, ТОВ "СпектрАгро" активно розширює свою присутність на міжнародних ринках, постачаючи свою продукцію в різні країни світу.

ТОВ ТД "Насіння" є виробником та експортером високоякісного насіння сільськогосподарських культур. Компанія спеціалізується на вирощуванні та розповсюдженні насіння різноманітних культур, включаючи кукурудзу, сою, пшеницю, ячмінь, соняшник та інші. Насіннева продукція виробляється з



використанням сучасних технологій та відповідає найвищим стандартам якості, що гарантує високу врожайність та стійкість до стресових умов для сільськогосподарських культур.

ТОВ ТД "Насіння" активно розвиває зовнішньоторговельні зв'язки, постачаючи своє насіння в різні країни світу. Висока якість та надійність "Насіння" забезпечують його популярність на міжнародному ринку. Країни Європи, Азії, Америки та Африки є основними напрямками експорту.

Конкуренція на ринку Казахстану в цьому сегменті полягає в забезпеченні якісного насіння, інноваційних технологій та ефективних сільськогосподарських рішень.

Таким чином, успіх Агрокорпорації «Степова» на ринку Казахстану залежить від здатності компанії пристосовуватися до місцевих умов та вимог, конкурувати з іншими постачальниками, а також від підтримки та сприйняття її продукції з боку фермерів та агробізнесу Казахстану. Розвиток ефективних стратегій маркетингу, досліджень і розвитку, а також підтримка взаємовідносин з місцевими партнерами стануть ключовими факторами для подальшого успіху компанії на казахстанському ринку.

## 2.2 Загальна характеристика діяльності НПАК «Степова» на ринку Казахстану

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ НПАК «Степова» 34359005, а місцезнаходження (юридична адреса) підприємства: вулиця Токова, буд. 2А, с. Веселе (Раївська с/р), Синельниківський район, Дніпропетровська обл., 52502.

Агрокорпорація «Степова» здійснює свою діяльність відповідно до основного виду діяльності – 01.11 Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур. При цьому, підприємство здійснює свою діяльність відповідно й до інших видів діяльності: (01.19) вирощування інших однорічних і дворічних культур; (01.61) допоміжна діяльність у

рослинництві; (01.63) післяурожайна діяльність; (01.64) оброблення насіння для відтворення; (10.41) виробництво олії та тваринних жирів; (46.21) оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин; (46.33) оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами; (46.90) неспеціалізована оптова торгівля [35].

Відтак, для того щоб проаналізувати діяльність підприємства, пропонуємо розглянути основні фінансові показники, що розкривають фінансовий стан НПАК «Степова» у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Фінансовий стан НПАК «Степова» за 2019-2021 рр.

№	Показник	2019	2020	2021	Відхилення +/- 2020/2019	Відхилення +/- 2021/2020
1	Необоротні активи	40 608	24 303	19 377	-16 305	-4 926
2	Оборотні активи	351 123	434 166	458 170	+83 043	+24 004
3	Власний капітал	166 983	219 334	308 751	+52 351	+89 417
4	Довгострокові зобов'язання забезпечення	7 000	3 000	-	-4 000	-
5	Поточні зобов'язання забезпечення	217 748	236 135	168 796	+18 387	-67 339
6	Баланс	391 731	458 469	477 547	+66 738	+19 078

Аналіз фінансового стану НПАК «Степова» за період 2019-2021 років вказує на кілька ключових тенденцій та змін в різних аспектах діяльності компанії. Відтак, зменшення необоротних активів може свідчити про можливу реорганізацію чи зміни в стратегії компанії. При цьому, зростання оборотних активів може вказувати на розширення обсягів виробництва та обороту продукції. Стабільне зростання власного капіталу свідчить про фінансову стійкість компанії та її здатність генерувати прибуток. А відсутність довгострокових зобов'язань може свідчити про низький рівень боргового навантаження. Проте, різке зменшення поточних зобов'язань може бути наслідком оптимізації фінансових зобов'язань чи змін в умовах ведення бізнесу. А загальний зріст балансу свідчить про збільшення обсягів активів компанії.

Загалом, компанія виявляє позитивні динаміки у збільшенні оборотних активів, власного капіталу та сумарного балансу. Варто звернути увагу на зменшення необоротних активів та зміни в поточних зобов'язаннях.

Тому, пропонуємо розглянути фінансові результати НПАК «Степова» у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Фінансові результати НПАК «Степова» за 2019-2021 рр.

№	Показник	2019	2020	2021	Відхилення +/- 2020/2019	Відхилення +/- 2021/2020
1	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	189 371	179 595	256 109	-9 776	+76 514
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	151 156	112 636	136 854	-38 520	+24 218
3	Валовий прибуток	38 215	66 959	119 255	+28 744	+52 296
4	Інші операційні доходи	26 585	22 310	4 759	-4 275	-17 551
5	Адміністративні витрати	4 061	3 763	3 956	-298	+193
6	Витрати на збут	8 889	10 079	5 927	+1 190	-4 152
7	Інші операційні витрати	15 630	25 299	17 275	+9 669	-8 024
8	Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	36 220	50 128	96 856	+13 908	+46 728
9	Фінансові витрати	10 067	18 896	7 698	+8 829	-11 198
10	Чистий фінансовий результат: прибуток	26 321	57 937	89 429	+31 616	+31 492

Відповідно до табл. 2.2, аналіз фінансових результатів НПАК «Степова» свідчить про коливання в обсягах реалізації продукції про зменшення у 2019-2020 рр. чистого доходу від реалізації продукції і збільшення у 2021 р. При цьому, суттєве зниження собівартості в 2020 р. та подальше її збільшення в 2021 р. може свідчити про зміни в вартості виробництва або використання більш ефективних технологій. Загальне зростання валового прибутку свідчить про покращення ефективності виробництва та реалізації продукції. Проте, різке зменшення інших операційних доходів в 2021 р. може вимагати додаткового аналізу їх складових та причин змін. Загальне зменшення адміністративних витрат та витрат на збут може свідчити про оптимізацію внутрішніх процесів. При цьому, загальне зростання фінансового результату свідчить про успішність

операційної діяльності компанії. Зменшення фінансових витрат і збільшення чистого фінансового результату свідчать про позитивний вплив фінансових операцій.

Збільшення прибутку та валового прибутку, а також позитивні фінансові результати свідчать про певний успіх у фінансовій діяльності компанії. Важливо вивчити причини змін у показниках для більш глибокого розуміння та планування подальших кроків.

При цьому, важливо зауважити, що екологічно чиста продукція даного підприємства має значний успіх на ринку Казахстану, навіть при умовах серйозної конкуренції та вимогам до сертифікації.

Тому, пропонуємо розглянути показники елементів операційних витрат підприємства у табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Елементи операційних витрат НПАК «Степова» за 2019-2021 рр.

№	Показник	2019	2020	2021	Відхилення +/- 2020/2019	Відхилення +/- 2021/2020
1	Матеріальні затрати	194 359	207 908	215 941	+13 549	+8 033
2	Витрати на оплату праці	1 394	1 052	968	-342	-84
3	Відрахування на соціальні заходи	236	189	174	-47	-15
4	Амортизація	6 047	5 931	4 703	-116	-1 228
5	Інші операційні витрати	78 039	110 940	142 865	+32 901	+31 925
	Разом	280 075	326 020	364 651	+45 945	+38 631

Аналізуючи показники елементів операційних витрат НПАК «Степова» за період з 2019 по 2021 рік, можна зауважити, що за трьома роками матеріальні затрати зросли на 13 549 (2019–2020) та 8 033 (2020–2021). Збільшення цих витрат може бути пов'язане зі зростанням обсягів виробництва, змінами в цінах на сировину або змінами в технологічних процесах. Витрати на оплату праці відзначаються загальним зменшенням з 2019 по 2021 рік. Зменшення може бути пов'язане з різними факторами, такими як зміни в штаті працівників, оптимізація витрат на персонал або автоматизація певних процесів.

Відрахування на соціальні заходи також вказують на зменшення протягом трьох років, де зменшення може бути пов'язане з оптимізацією соціальних програм або зменшенням штату працівників. Загальні витрати на амортизацію також зменшилися в період з 2019 по 2021 рік, де зменшення може бути результатом змін у структурі активів, оновлення обладнання або впровадження більш ефективних технологій. Інші операційні витрати значно зросли протягом трьох років, що може свідчити про збільшення загальних витрат на додаткові операційні аспекти, такі як маркетинг, дослідження та розвиток чи інші стратегічні ініціативи.

Тобто, аналіз показників операційних витрат НПАК «Степова» вказує на загальне зростання витрат у розглянутому періоді, проте різні елементи витрат показують різний характер змін. Зростання може бути пов'язане з різними факторами, включаючи збільшення виробничих обсягів, оптимізацію витрат або стратегічні ініціативи компанії.

Враховуючи наведене вище, вважаємо за необхідне розглянути також рух грошових коштів підприємства у табл. 2.4.

Аналізуючи показники руху грошових коштів (за прямим методом) НПАК «Степова» за 2019-2021 роки, можна визначити наступні ключові аспекти. Загальні надходження зросли протягом трьох років, зокрема, спостерігається значний приріст у 2021 році (+102 073). Зростання може бути зумовлене збільшенням обсягів реалізації продукції або підвищенням цін на товари та послуги. При цьому, надходження від повернення авансів має помітний ріст у 2020 році (+26 893), але потім стрімке зменшення у 2021 році (-15 336), що може вказувати на особливості угод та умови повернення авансів, які змінюються з року в рік.

Крім того, надходження від відсотків за залишками коштів не має суттєвих відхилень, проте зменшення у 2021 році може бути пов'язане зі змінами відсоткових ставок. Надходження фінансових установ від повернення позик має постійне зростання в 2020 та 2021 роках (+98 710 та +57 093

відповідно), що може свідчити про успішне управління зобов'язаннями перед фінансовими установами.

Таблиця 2.4 – Рух грошових коштів (за прямим методом) НПАК «Степова» за 2019-2021 рр.

№	Показник	2019	2020	2021	Відхилення +/- 2020/2019	Відхилення +/- 2021/2020
1	Надходження від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	209 226	215 000	317 073	+5 774	+102 073
2	Надходження від повернення авансів	4 759	31 652	16 316	+26 893	-15 336
3	Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	139	243	141	+104	-102
4	Надходження фінансових установ від повернення позик	95 205	193 915	251 008	+98 710	+57 093
5	Інші надходження	1 588	743	339	-845	-404
6	Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	155 944	216 169	252 895	+60 225	+36 726
7	Витрачання на оплату праці	1 145	812	794	-333	-18
8	Зобов'язань з податків і зборів	4 325	6 277	6 241	+1 952	-36
9	Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	1 839	-	-	-	-
10	Витрачання на оплату повернення авансів	636	3 661	2 093	+3 025	-1 568
11	Витрачання фінансових установ на надання позик	99 700	255 274	241 700	+155 574	-13 574
12	Інші витрачання	16 845	17 518	27 534	+673	+10 016
13	Чистий рух коштів від операційної діяльності	32 332	-57 399	53 442	-89 731	+110 841
14	Отримання позик	176 156	240 921	139 436	+64 765	-101 485
15	Погашення позик	173 164	186 940	186 899	+13 776	-41
16	Витрачання на сплату відсотків	10 067	8 922	7 697	-1 145	-1 225
17	Інші платежі	3 443	748	4 808	-2 695	+4 060
18	Чистий рух коштів від фінансової діяльності	-10 518	44 311	-59 968	+54 829	-104 279
19	Чистий рух грошових коштів за звітний період	21 814	-13 088	-6 526	-37 902	+6 562
20	Залишок коштів на кінець року	24 546	11 458	4 932	-13 088	-6 526

Загальні витрати на витрачання на оплату товарів, робіт та послуг зросли, особливо помітне збільшення у 2021 році (+60 225), де збільшення може бути пов'язане із зростанням обсягів виробництва та витрат на ресурси. Витрачання фінансових установ на надання позик показує суттєве зростання у 2020 році, але пізніше спостерігається стрімке зменшення у 2021 році (-13 574). Можливо, це пов'язано зі змінами стратегії фінансування компанії.

Чистий рух грошових коштів від операційної та фінансової діяльності відображає негативні значення, що може бути пов'язано з інтенсивністю витрат та відтоком грошових коштів на погашення позик. Крім того, від'ємний чистий рух грошових коштів за за 2020 і 2021 та залишок коштів на кінець року вказує на відтік грошових коштів. Залишок коштів на кінець року також демонструє зменшення грошових резервів компанії.

Відтак, рух грошових коштів свідчить про складні фінансові умови для НПАК «Степова». Збільшення надходжень від реалізації продукції та фінансових установ компенсується великим збільшенням витрат на оплату товарів та послуг, що впливає на чистий рух грошових коштів та залишок коштів.

Таблиця 2.5 – Реалізація продукції НПАК «Степова» за 2019-2021 рр.

№	Назва	Площа посівна, га			Відхиленн я +/- 2021/2020	Обсяг виробництва			Відхиленн я +/- 2021/2020
		2019	2020	2021		2019	2020	2021	
1	Пшениця озима	2 048,53	2 987,03	2 007,42	-979,61	77 758,70	191 238,10	100 835,00	-90 403,1
2	Ячмінь озимий	52,98	294,97	273,20	-21,77	2 542,80	15 339,40	13 407,00	-1 932,4
3	Ячмінь ярий	70,00	-	-	-	4 222,20	-	-	-
4	Кукурудза на зерно	349,75	636,32	738,69	+102,37	13 469,80	12 555,20	40 929,00	+28 373,8
5	Соняшник	3 195,00	1 724,94	2 742,67	+1 017,73	118 081,10	53 322,40	89 820,00	+36 497,6
6	Часник	-	-	4,10	+4,10	-	-	105,00	+105,0

Враховуючи вищенаведені фінансові показники щодо діяльності підприємства, пропонуємо розглянути продукцію підприємства у табл. 2.5, що

сприятиме визначенню впливу зовнішніх та внутрішніх чинників на забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Аналізуючи показники табл. 2.5 щодо продукції НПАК «Степова» за 2019-2021 роки, можна визначити наступні ключові аспекти:

- посівна площа пшениці озимої зменшилася на 979,61 га у 2021 році. Обсяг виробництва в 2021 році значно зменшився (-90 403,1 т), що може бути пов'язано з різким скороченням площі посіву та не вигідними умовами для вирощування пшениці озимої;

- посівна площа ячміння озимого зменшилася на 21,77 га у 2021 році. Обсяг виробництва також зменшився в 2021 році (-1 932,4 т). Зменшення може бути зумовлене як площею посіву, так і урожайністю;

- у 2020 та 2021 роках не має даних про посів ячменю ярого. Можливо, вирощування ячменю ярого на підприємстві не проводиться або діяльність у цьому напрямку не є об'ємною;

- посівна площа кукурудзи на зерно збільшилася на 102,37 га у 2021 році. Обсяг виробництва також зросли значно (+28 373,8 т). Це може свідчити про ефективність технологічних прийомів та підвищення врожайності;

- посівна площа сонячника значно зросла на 1 017,73 га у 2021 році. Обсяг виробництва також значно збільшився (+36 497,6 т), що може бути результатом розширення площі посіву та удосконалення агротехнік. 2021 році з'явилися дані про виробництво часнику (4,10 т). Це може свідчити про введення нового виду продукції та диверсифікацію виробництва на підприємстві.

Відтак, продукційна діяльність НПАК «Степова» відзначається змінами в площі посіву та обсягах виробництва для різних культур. Особливо важливою є тенденція до росту виробництва соняшнику та кукурудзи на зерно, що може свідчити про успішне впровадження технологічних удосконалень і стратегічне розширення виробництва. У той же час, зменшення виробництва пшениці та



ячменю озимого може бути обумовлене рядом чинників, включаючи зміни в посівах та урожайності.

НПАК «Степова» виявляє активний інтерес та прагнення до розвитку своєї продукції на ринку Казахстану. За вказані роки компанія продемонструвала позитивні фінансові результати, збільшуючи чистий дохід від реалізації продукції та валовий прибуток. Зростання обсягів реалізації та виручки свідчать про успішну стратегію управління та адаптацію до ринкових умов.

При цьому, Агрокорпорація «Степова» виходить на ринок Казахстану з широким асортиментом сільськогосподарської продукції (рис. 2.2), де для забезпечення постачання на цей ринок, «Степова» встановлює контакти з різноманітними контрагентами, включаючи оптових дистриб'юторів, торговельні мережі, агрофірми та інші підприємства, які зацікавлені у сільськогосподарській продукції.

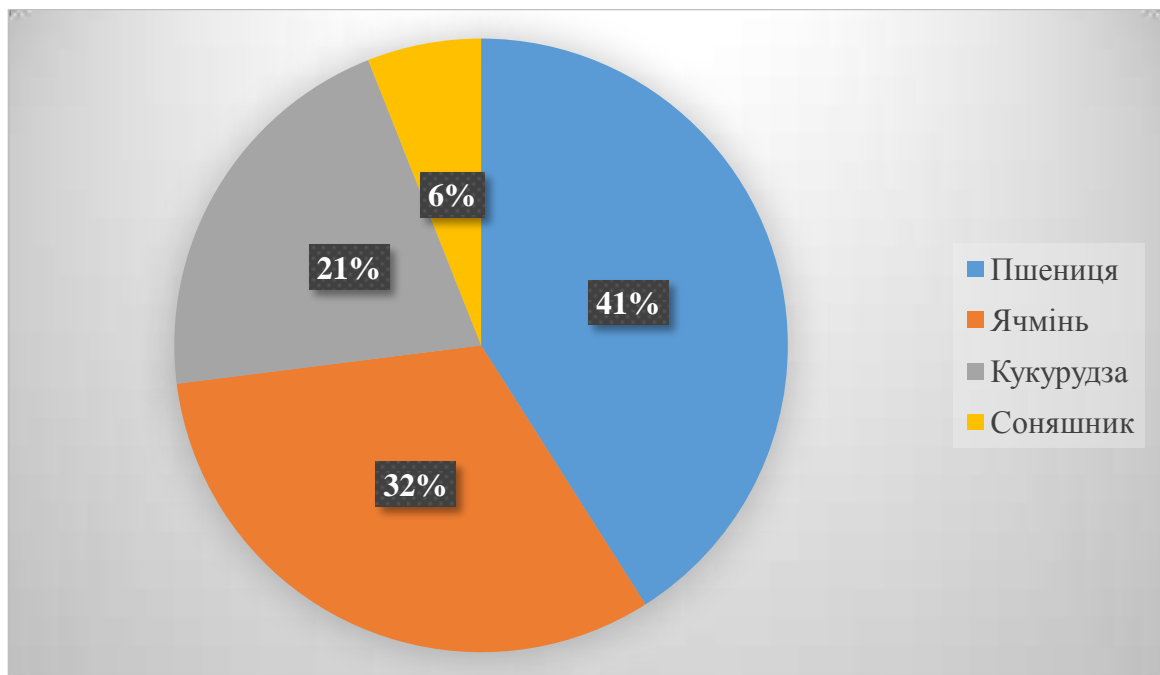


Рис. 2.2 – Асортимент реалізації продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану за 2023 рік (у %)

Крім того, контрагентами на ринку Казахстану включають в себе великі агропромислові підприємства, що займаються вирощуванням та переробкою

сільськогосподарської продукції, а також малих та середніх підприємств, які спеціалізуються на оптовій торгівлі або виробництві харчових продуктів.

Щодо споживачів на ринку Казахстану, то вони досить різноманітні, включаючи підприємства харчової промисловості, ресторани, готелі, супермаркети, а також кінцевих споживачів – населення Казахстану, яке купує продукцію для своїх потреб у сільському господарстві та харчуванні. Відтак, Агрокорпорація «Степова» працює на ринку Казахстану, забезпечуючи свою продукцію відповідно до потреб і вимог споживачів та контрагентів, щоб забезпечити надійні та стабільні поставки продукції у цей регіон. Саме тому, в цілому, компанія має потенціал для подальшого розвитку на ринку Казахстану. Подальший успіх можливий за умови утримання високого стандарту якості та відповідності до вимог споживачів.

### 2.3 Розрахунок конкурентоспроможності продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану

На ринку Казахстану НПАК "Степова" конкурує з кількома ключовими учасниками, які також постачають свою продукцію в цей регіон. Товари і послуги, що пропонуються конкурентами, включають в себе продукцію від ПРАТ "Агротон", ТОВ "СпектрАгро" та ТОВ ТД "Насіння".

Відтак, оцінка рівня конкурентоспроможності допоможе нам краще зрозуміти динаміку ринку та розробити стратегії для подальшого успіху НПАК "Степова".

Для того щоб визначити конкурентоспроможність НПАК «Степова» на ринку Казахстану пропонуємо здійснити розрахунок даних показників та проаналізувати конкурентоспроможність продукції даного підприємства за графічним методом – багатокутник конкурентоспроможності та за рейтинговим методом. Для цього, пропонуємо розглянути оцінку рівня конкурентоспроможності НПАК «Степова» серед аграрних підприємств на ринку Казахстану у табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Оцінка рівня конкурентоспроможності НПАК «Степова» серед аграрних підприємств на ринку Казахстану

Показники конкурентоспроможності продукції	Оцінка в балах			
	НПАК «Степова»	ПРАТ "Агротон"	ТОВ «СпектрАгро»	ТОВ ТД «Насіння»
Ціна	5	4	4	5
Асортимент	4	5	3	5
Імідж компанії	4	4	3	4
Канали збуту	3	3	3	4
Доля ринку	4	3	3	4
Реклама	3	2	4	3
Фінансовий стан	4	3	3	4
Середній бал	3,86	3,43	3,29	4,14

На основі даних табл. 2.6 побудуємо багатокутник конкурентоспроможності продукції даних підприємств на рис. 2.3.

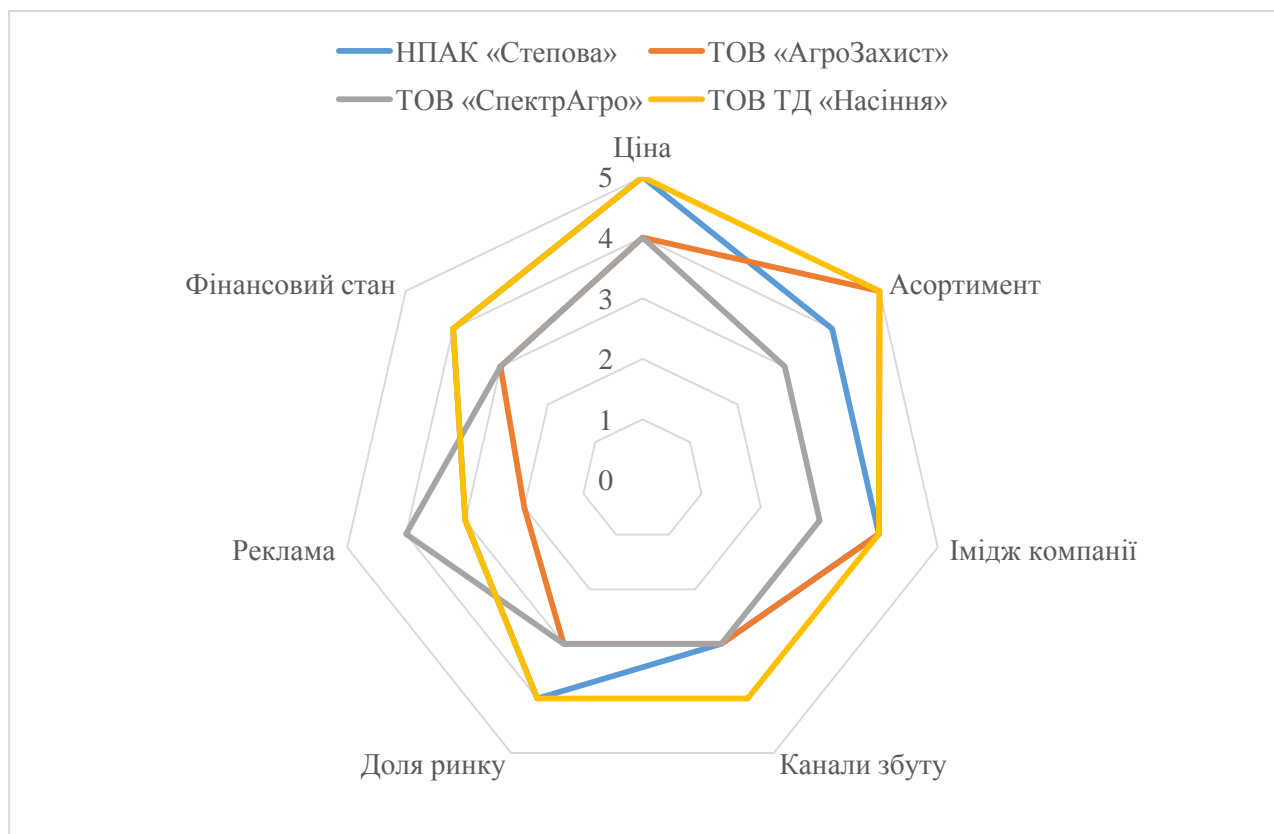


Рис. 2.3 – Багатокутник конкурентоспроможності продукції НПАК «Степова» та його основних конкурентів на ринку Казахстану

За результатами оцінки рівня конкурентоспроможності НПАК «Степова» є сильним учасником, порівняно з іншими аграрними підприємствами на ринку

Казахстану. Зокрема, вона забезпечує високу конкурентоспроможність за ціною та асортиментом продукції. Це вказує на ефективність стратегій компанії, ціноутворення та широкий вибір товарів, що пропонуються. Імідж компанії також має позитивну оцінку, що свідчить про добре сприйняття їхнього бренду на ринку. Але існує певний потенціал для вдосконалення каналів збуту та рекламних стратегій, які отримали середні оцінки. Незважаючи на це, НПАК «Степова» володіє значною долею на ринку, що підкреслює їхню сильну позицію у відношенні до конкурентів. Крім того, компанія відзначається стабільним фінансовим станом, що є показником ефективного управління фінансами. Враховуючи ці фактори, НПАК «Степова» може вважатися конкурентоздатним гравцем на ринку Казахстану:

- за ціною НПАК «Степова» має максимальний бал у цьому показнику, що свідчить про їхню конкурентоспроможність у ціновій стратегії порівняно з іншими підприємствами;
- асортименті НПАК «Степова» також демонструє високий рівень у цьому показнику, що підтверджує широкий вибір продукції, який може привернути увагу різних клієнтів;
- оцінка іміджу компанії також відносно висока, що вказує на добре сприйняття їхнього бренду на ринку;
- порівнюючи канали збуту, аспекті НПАК «Степова» отримує середню оцінку, що може вказувати на потребу вдосконалення або розвитку каналів збуту;
- НПАК «Степова» має високий рейтинг у долі ринку, що свідчить про їхню значну присутність на ринку в порівнянні з конкурентами;
- реклама НПАК «Степова» також має середню оцінку, що може вказувати на потребу вдосконалення стратегій реклами;
- фінансовий стан НПАК «Степова» має високий рейтинг у цьому показнику, що свідчить про їх стабільність та ефективне управління фінансами.

Відтак, загальна середня оцінка конкурентоспроможності НПАК «Степова» становить 3,86, що робить їх конкурентоздатними на ринку порівняно з іншими аграрними підприємствами, які були включені до аналізу.

Це свідчить про те, що НПАК «Степова» має значні переваги і сильні сторони порівняно з іншими аграрними підприємствами на ринку Казахстану. Високі оцінки у ключових аспектах, таких як цінова політика, асортимент продукції, доля ринку та фінансовий стан, свідчать про те, що НПАК «Степова» успішно конкурує та має потенціал для подальшого зростання на ринку.

Зокрема, висока оцінка цінової політики і асортименту продукції підтверджує їхню здатність пропонувати конкурентоспроможні ціни та широкий вибір товарів. Додатково, висока доля ринку та стабільний фінансовий стан підприємства свідчать про їхню успішну позицію та можливість витримати конкуренцію і забезпечити стабільність у довгостроковій перспективі.

Важливо враховувати, що хоча НПАК «Степова» має значні сильні сторони, існують також області, де підприємству можна покращувати свої результати, наприклад, у рекламних стратегіях та каналах збуту. Проте загальне враження від аналізу свідчить про успішність та конкурентоздатність НПАК «Степова» на ринку Казахстану.

Таким чином, Дослідження конкурентоспроможності продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану підтвердило сильні сторони підприємства, такі як конкурентоспроможна цінова політика, широкий асортимент продукції та стабільний фінансовий стан. Високі оцінки у цих аспектах свідчать про успішну позицію підприємства на ринку та його можливість забезпечити стабільність та подальший розвиток. Важливою є також потреба в постійному вдосконаленні рекламних стратегій та каналів збуту для підвищення ефективності та залучення більшого числа клієнтів. Загалом, НПАК «Степова» демонструє високий рівень конкурентоспроможності на ринку Казахстану, що створює перспективи для успішного функціонування та подальшого зростання.

## 2.4 Аналіз забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану

Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на забезпечення конкурентоспроможності підприємства є важливим аспектом стратегічного управління. Особливо важливо в умовах сучасного бізнес-середовища, де конкуренція зростає, та динамічно змінюються ринкові умови. Крім того, інформація щодо технологічних заходів, які використовує Агрокорпорація «Степова» (НВАК «Степова») для підвищення врожайності, якості продукції та ефективності виробництва, є наочним прикладом вдосконалення сільськогосподарських процесів.

Так, у рамках цих заходів проводилася листовка діагностика рослин, що включала хімічний аналіз рослинної тканини для визначення поточного вмісту поживних речовин. Цей аналіз дозволив налаштувати системи добрив, що призвело до підвищення врожайності окремих культур, таких як озима пшениця та соняшник.

Додатково, внесення мідного купоросу та сульфату магнію було здійснене для компенсації дефіциту відповідних елементів. Використання амінокислот виявилось ефективним для підвищення врожайності, хоча їх висока вартість ставить під сумнів економічну доцільність введення їх в технологічні процеси.

Система захисту культур включає дві фунгіцидні обробки та посилений, але відносно недорогий інсектицидний захист. Це дозволяє забезпечити стійкість культур протягом вегетаційного періоду і отримувати якісний врожай, зокрема в сівозмінному напрямку підприємства.

Окрім цього, заплановані дослідження щодо застосування гуматів, сумішей мікроелементів та інших препаратів, що може привести до нових підходів у виробництві та підвищити його ефективність.

На основі вищенаведеного, пропонуємо розглянути вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на конкурентоспроможність НПАК «Степова»:

Таблиця 2.7 – Вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на конкурентоспроможність НПАК «Степова» на ринку Казахстану

Зовнішні чинники		
1	Ринкові умови	Зміни в глобальних ринкових умовах, такі як коливання цін на сільськогосподарську продукцію та збільшення конкуренції на світових ринках, можуть впливати на конкурентоспроможність підприємства
2	Кліматичні умови	Погодні умови, які впливають на врожайність та якість продукції, можуть становити великий ризик для діяльності підприємства. Зміни в кліматі можуть призвести до несприятливих умов для вирощування певних культур
3	Економічні фактори	Зміни в економіці, такі як зростання цін на енергію, добрива та інші виробничі ресурси, можуть впливати на витрати підприємства та його конкурентоспроможність
4	Законодавство та тарифи	Зміни в законодавстві та тарифах на енергію, транспорт та інші послуги можуть впливати на витрати підприємства та його конкурентоспроможність на ринку
Внутрішні чинники		
1	Технологічні інновації	Впровадження нових технологій у виробництво може покращити продуктивність та якість продукції, що сприяє конкурентоспроможності
2	Управлінські рішення	Ефективне управління ресурсами, виробничими процесами та ланцюгом постачання може позитивно впливати на конкурентоспроможність
3	Якість продукції	Забезпечення високої якості продукції може стати ключовим фактором конкурентоспроможності на ринку та забезпечити вірність клієнтів
4	Цілеспрямованість інвестицій	Раціональне використання фінансових ресурсів та інвестиції в сучасне обладнання можуть підвищити конкурентоспроможність
5	Кадровий потенціал	Налагодження комунікації та навичок персоналу може покращити ефективність виробництва та обслуговування клієнтів

Відтак, відповідно до табл. 2.7 можна сказати, що загальний успіх НПАК «Степова» на ринку Казахстану напряду залежить від збалансованого управління зовнішніми та внутрішніми чинниками, а також від змін в економічному, соціокультурному та екологічному середовищі.

Загалом, забезпечення конкурентоспроможності національних аграрних підприємств вимагає комплексного та системного аналізу факторів, що впливають на їхню продукцію. Відтак, аналіз забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстан включає ретельне дослідження різноманітних аспектів, що визначають ефективність та успішність корпорації на ринку. Тому, нижче

пропонуємо розглянути основні показники та фактори, що впливають на конкурентоспроможність НПАК «Степова»:

#### 1. Виробництво та площа посівна:

– зменшення площі посіву та обсягу виробництва озимої пшениці в 2021 році свідчить про можливі труднощі у вирощуванні цієї культури. Це може бути пов'язане зі змінами в умовах клімату, технологічними викликами чи ринковою ситуацією;

– загальний спад площі посіву ячменю озимого та ярого може бути наслідком різноманітних факторів, таких як зміни в попиті на ці культури чи технічні проблеми у вирощуванні;

– зростання площі посіву та обсягу виробництва кукурудзи та соняшнику вказує на успішну стратегію управління виробництвом та адаптацію до попиту ринку;

– введення нової культури (часнику) може свідчити про диверсифікацію виробництва.

#### 2. Фінансові результати:

– збільшення чистого доходу від реалізації продукції у 2021 році свідчить про успішність стратегії маркетингу та високу конкурентоспроможність продукції;

– зниження витрат на збут та адміністративних витрат може бути результатом оптимізації управлінських процесів та ефективного використання ресурсів;

– зростання чистого фінансового результату вказує на ефективне управління фінансами та здатність підприємства до прибуткової діяльності.

#### 3. Операційні витрати:

– загальний зріст матеріальних та оплати праці може вказувати на загальний зріст витрат у виробництві;



– зниження амортизації та інших операційних витрат може бути результатом оптимізації технологічних процесів та удосконалення виробничої діяльності;

4. Аналіз руху коштів дозволяє визначити, наскільки ефективно підприємство використовує свої фінансові ресурси.

Отже, узагальнюючи, варто відзначити, що НПАК «Степова» має потенціал для підтримання та підвищення конкурентоспроможності шляхом гнучкості до зовнішніх викликів, вдосконалення внутрішніх процесів та постійного вдосконалення технологій. Раціональне управління ресурсами та стратегічне планування будуть вирішальними для успіху підприємства в змінному середовищі.

## 2.5 Шляхи підвищення конкурентоспроможності НПАК «Степова» на ринку Казахстану

Для того щоб визначити ефективні шляхи підвищення конкурентоспроможності НПАК «Степова», пропонуємо першочергово розглянути сильні та слабкі сторони НПАК «Степова» та визначити можливі напрямки для поліпшення конкурентоспроможності.

Сильні сторони НПАК «Степова»:

– НПАК «Степова» успішно вирощує різноманітні види сільськогосподарської продукції, включаючи пшеницю, ячмінь, кукурудзу, соняшник та часник. Це створює стабільність у виробництві;

– загальний зріст чистого доходу від реалізації продукції та чистого фінансового результату свідчить про ефективне управління фінансами та високу прибутковість;

– зниження витрат на адміністративні та збутові витрати свідчить про ефективну оптимізацію управлінських процесів та здатність підприємства до використання ресурсів з максимальною вигодою;

- збільшення площі посіву кукурудзи та соняшнику вказує на адаптацію до змін в ринковому попиті та визначає потенційні напрямки для розвитку.

Слабкі сторони НПАК «Степова»:

- суттєве зменшення площі посіву пшениці може бути зв'язане з труднощами у вирощуванні цієї культури, що потребує уваги та подальшого дослідження;

- хоча часник є новим напрямком для підприємства, його обсяг виробництва є порівняно невеликим. Потребує розвитку та маркетингових зусиль для максимізації його потенціалу;

- підвищення витрат на кукурудзу може бути наслідком росту цін на ресурси та неефективного використання ресурсів у виробництві.

Можливі напрямки для поліпшення конкурентоспроможності та їх загрози:

- інвестування в дослідження та розвиток технологій вирощування пшениці може допомогти вирішити проблеми, що впливають на її площу посіву;

- зосередження на маркетингу та розвитку часнику, враховуючи його зростаючий попит, може призвести до збільшення обсягу виробництва та прибутковості;

- покращення технологій та оптимізація витрат у виробництві цих культур допоможе підтримати їхню прибутковість та конкурентоспроможність;

- проведення аудиту фінансових процесів для подальшої оптимізації та ефективного використання фінансових ресурсів;

- розробка стратегій для вирішення можливих проблем, таких як вплив змін клімату чи коливання цін на ресурси, є ключовою для забезпечення стійкості у виробництві та збереження конкурентоспроможності.

Враховуючи вищенаведене, важливо додати, що існує ряд стратегій для того, щоб привернути увагу покупців на ринку Казахстану і переконати їх у

цінності продукту. Створення довіри, демонстрація унікальних якостей та активна участь на різних етапах використання продукції є важливими аспектами цього процесу. Вибір споживачем здійснюється на основі дружби, інтуїції, відгуків оточуючих та інших суб'єктивних вподобань.

Зараз інтернет та ІТ-технології значно полегшують залучення клієнтів, відкриваючи можливості для діджиталізації аграрного бізнесу. Це сприяє масштабуванню бізнесу, дозволяючи вийти на нові ринки та розширити аудиторію. Для менших та середніх підприємств це також є можливістю підвищити впізнаваність бренду та привернути нових клієнтів. Однак успішне проникнення на ринок вимагає не лише привабливого продукту, але й надання якісних та надійних послуг. Компанія повинна представляти всі етапи взаємодії з клієнтом, визначати стратегію розвитку та будувати довгострокові відносини як з партнерами, так і з клієнтами.

Відтак, відповідно до проведеного аналізу можна надати наступні шляхи для підвищення конкурентоспроможності НПАК «Степова» на ринку Казахстану:

1. Технологічна модернізація:

- впровадження сучасних агротехнічних методів у вирощуванні пшениці для підвищення врожайності та якості продукції;
- дослідження та впровадження ефективних технологій вирощування часнику для збільшення обсягів виробництва.

2. Маркетинг та розширення асортименту:

- розробка та впровадження маркетингових стратегій для збільшення обсягів виробництва та збуту часнику;
- розширення асортименту сільськогосподарської продукції, враховуючи попит на ринку Казахстану.

3. Аналіз та оптимізація технологій вирощування кукурудзи та соняшнику для підвищення врожайності та забезпечення конкурентоспроможності.

#### 4. Стратегічне планування ризиків:

- вивчення та аналіз ризиків, пов'язаних з аграрною діяльністю, та розробка стратегій їхнього управління;
- вдосконалення системи антикризового управління для ефективного реагування на зміни в економічному та природному середовищі.

#### 5. Підтримка фінансової стійкості:

- ефективне фінансове планування та контроль над витратами для забезпечення сталої прибутковості підприємства;
- розгляд можливостей для залучення фінансування для реалізації стратегічних проектів.

#### 6. Партнерство та міжнародна співпраця:

- розгляд можливостей для розширення міжнародної співпраці та експорту продукції на ринки інших країн;
- розвиток партнерств з іншими сільськогосподарськими підприємствами для обміну досвідом та ресурсами.

#### 7. Соціальна відповідальність:

- впровадження соціальних ініціатив та сталих практик в агропромисловому виробництві;
- звернення до екологічно чистих методів вирощування продукції.

Запропоновані нами рекомендації спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності НПАК «Степова» через раціональне використання ресурсів та адаптацію до вимог ринку Казахстану.

Таким чином, аналіз забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції НПАК «Степова» вказує на різнобічну динаміку підприємства в умовах ринкової конкуренції. Серед сильних сторін варто відзначити диверсифікацію асортименту, позитивні фінансові результати та оптимізацію витрат. У той же час, слабкі сторони, такі як зменшення посівної площі пшениці та невеликий обсяг виробництва часнику, вимагають уваги. При цьому, для подальшого поліпшення конкурентоспроможності

рекомендується акцентувати увагу на вивченні та вдосконаленні технологій вирощування пшениці, розвитку ринку часнику через маркетингові заходи та підтримку його обсягу виробництва. Оптимізація виробництва кукурудзи та соняшнику також має важливе значення для забезпечення сталої прибутковості. Стратегічне планування ризиків та постійне вдосконалення фінансової ефективності визначаються як ключові аспекти для забезпечення конкурентоспроможності НПАК «Степова» в умовах сільськогосподарського середовища тощо.

## ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Відповідно до поставленої мети та завдань дослідження, нами сформовано наступні висновки.

Нами визначено, що конкурентоспроможність – це здатність підприємства або продукції витримувати конкуренцію на ринку. Забезпечення конкурентоспроможності передбачає комплексні заходи для покращення якості, ефективності та інноваційності.

При цьому, врахування особливостей галузі, таких як сезонність, залежність від погодних умов та висока конкуренція, є ключовими факторами для успішного забезпечення конкурентоспроможності.

Відтак, використання різноманітних методів, таких як аналіз SWOT, порівняльний аналіз та оцінка ризиків, дозволяє отримати комплексне уявлення про стан конкурентоспроможності.

Здійснивши загальну характеристику діяльності НПАК «Степова» на ринку Казахстану нами визначено, що підприємство виявило позитивний динамічний ріст виробництва та обсягів продажів, що свідчить про його активність та адаптабельність. Відтак, нами проаналізовано вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на забезпечення конкурентоспроможності НПАК «Степова». Ми визначили, що зовнішні фактори, такі як економічна нестабільність та зміни в законодавстві, впливають на фінансовий стан підприємства. Внутрішні фактори, наприклад, ефективність виробництва, взаємодія з партнерами, грають ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності.

При цьому, аналіз продуктивності та ефективності виробництва, а також аналіз витрат та доходів, свідчить про деякі позитивні тенденції, але вимагає уваги до покращення деяких аспектів, зокрема, управління витратами та ризиками.

Тобто, загальна оцінка забезпечення конкурентоспроможності НПАК «Степова» на ринку Казахстану показує, що підприємство має потенціал для подальшого розвитку, враховуючи позитивні тенденції та можливості для вдосконалення управлінських та технологічних аспектів.

Після проведеного аналізу нами визначено наступні рекомендації для забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції НПАК «Степова» на ринку Казахстану. Перш за все, необхідно здійснити технологічну модернізацію, що включатиме в себе впровадження сучасних агротехнічних методів для вирощування пшениці. Це потрібно для підвищення врожайності та якості продукції, а також дослідження та впровадження ефективних технологій вирощування часнику з метою збільшення обсягів виробництва.

Друга важлива напрямок - це маркетинг та розширення асортименту. Для цього потрібно розробити та впровадити маркетингові стратегії для збільшення обсягів виробництва та збуту часнику, а також розширити асортимент сільськогосподарської продукції, враховуючи попит на ринку Казахстану.

Оптимізація виробництва кукурудзи та соняшнику є третім аспектом. Вона передбачає аналіз та оптимізацію технологій вирощування цих культур з метою підвищення врожайності та забезпечення конкурентоспроможності.

Стратегічне планування ризиків є також важливим. Для цього необхідно вивчити та аналізувати ризики, пов'язані з аграрною діяльністю, та розробити стратегії їхнього управління, а також вдосконалити систему антикризового управління.

Щодо фінансової стійкості, необхідно здійснювати ефективне фінансове планування та контроль над витратами для забезпечення сталої прибутковості підприємства, а також розглядати можливості для залучення фінансування для реалізації стратегічних проектів.

Партнерство та міжнародна співпраця також відіграють важливу роль. Це означає розгляд можливостей для розширення міжнародної співпраці та експорту продукції на ринки інших країн, а також розвиток партнерств з іншими сільськогосподарськими підприємствами.

На останньому місці, але не менш важливо, стоїть соціальна відповідальність. Це включає впровадження соціальних ініціатив та сталих практик в агропромисловому виробництві, а також застосування екологічно чистих методів вирощування продукції.

При цьому, запропоновані нами рекомендації спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності НПАК «Степова» через раціональне використання ресурсів та адаптацію до вимог ринку Казахстану.



## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Сливінська О.Б., Боднар О.В. Конкуренстоспроможність сільськогосподарської продукції. *Економіка та управління національним господарством*. 2019. С. 1-10. URL: [https://dspace.bati.org.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/202/2.%20%a1%d1%82%b0%d1%82%d1%82%d1%8f\\_%a1%bb%b8%b2%d1%96%bd%d1%81%d1%8c%ba%b0%2c%20%91%be%b4%bd%b0%d1%80.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.bati.org.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/202/2.%20%a1%d1%82%b0%d1%82%d1%82%d1%8f_%a1%bb%b8%b2%d1%96%bd%d1%81%d1%8c%ba%b0%2c%20%91%be%b4%bd%b0%d1%80.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 27.01.2024).
2. Герасимчук З.В. Конкуренстоспроможність регіону: теорія, методологія, практика: монографія. Луцьк: Надстир'я, 2008. 248 с.
3. Малік М.Й. Конкуренстоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія. К.: Інститут аграрної економіки, 2007. 270 с.
4. Боришкевич І.І. Стратегічні напрями забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. 2017. С. 6-12.
5. Гончаренко О.В. Інституціональні аспекти реалізації інноваційних пріоритетів розвитку агропромислового виробництва. *Економіка. Управління. Інновації*. 2016. № 4 (16). С.47-52
6. Скупейко В.В. Інституційні особливості функціонування та забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород : Гельветика, 2018. Вип. 17. №Ч.2. С. 77–80

7. Мануйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. Ю.М. Мануйлович Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4.
8. Бікулов Д.Т., Чкан А.С., Олійник О.М., Маркова С.В. Менеджмент : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент». Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 360 с.
9. Корягін М.В., Чік М.Ю. Основи наукових досліджень : навч. посібник. Київ : Алерта, 2019. 492 с.
10. Грановська В.Г., Крикунова В.М. Організаційні трансформації в аграрному секторі економіки України // Економіка АПК. — 2018. — № 3 — С. 63—74.
11. Демчук Н.І., Кисельова М.С. Інвестиційне забезпечення сільськогосподарських підприємств // Агросвіт. — 2016. — № 24. — С. 21—26.
12. Новак Н. П. Принципи та конкурентні переваги розвитку органічного сільськогосподарського виробництва в Україні / Н. П. Новак // Агросвіт. — 2016.— № 9. — С. 30–33.
13. Зоря С. Взаємозалежність між сільським господарством та макроекономікою в Україні. К.: КНЕУ, 2005. 216 с.
14. Markina I., Somych N., Shkilniak M., Chykurkova A., Lopushynska O. Managing resource-saving development of agri-food enterprises in the context of food security and sustainability: strategic aspects. Central European Management Journal. 2021. № 29(3). P. 114-135.
15. Юр'єв В.В. Напрями забезпечення та підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств через диверсифікацію їх діяльності. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9909> (дата звернення: 29.01.2024). DOI: [10.32702/2307-2105-2022.1.201](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.201)
16. Шульга М.О. Розроблення напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Підприємництво та інновації. 2020, Вип. 12. С.135-141.

17. Курбацька Л.М. Маркетинговий механізм забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. *Ефективна економіка*. 2013. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3388> (дата звернення: 26.01.2024).
18. Пихтіна Н.П. Основи наукових досліджень : навч.-метод. посібник. Київ : КНТ, 2019. 200 с.
19. Вініченко І.І., Крючок С.І. Конкурентоспроможність підприємства та її складові. *Агросвіт*. 2016. № 24. С. 15-20
20. Андрійчук В.Г., Сас І.С. Концентрація в аграрній сфері економіки: монографія. Київ: КНЕУ, 2017. 303с.
21. Сокол О.Г. Методичні засади проведення моніторингу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Агросвіт*. 2019. №3. С.45-48.
22. Маркіна І.А., Вараксіна О.В. Ключові аспекти формування конкурентоспроможності підприємств агропродовольчої сфери країни. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2018, Вип. 193. С. 47-56.
23. Пахуча Е.В., Бабіка В.О., Клепчава О.В. Сучасні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств». *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2021. № 1. С. 98-110. DOI: 10.31359/2312-3427-2021-1-98.
24. Економічна діагностика: навч. посіб. Львів: Новий світ. 2000, 2007. 452 с.
25. Ляліна Н.С. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в Україні. *International Scientific Conference Innovative Economy: Processes, Strategies, Technologies: Conference Proceedings, Part I, January 27, 2017. Kielce, Poland: Baltija Publishing*. С. 158-160.
26. Сідун В.А. Економіка підприємства. К.: ЦНЛ, 2003. 436 с.
27. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія. К.: ННЦ ІАА, 2007. 270 с.

28. Євдокимова Н.М. Економічна діагностика: навч.-метод.посібник для самот. вивч. дисц. [вид. 2-ге без змін]. К.: КНЕУ, 2006. 110 с.
29. Зацерковний В.І., Тішаєв І.В., Демидов В.К. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя. 2017. 236 с.
30. Сита Є.М. Дослідження існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. №12. С. 1-6. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.12.96
31. АШМ ауыл шаруашылығының селекциялық саласын реформалау жоспарын әзірледі, URL: <https://primeminister.kz/news/ashm-auyl-sharuashylygynyn-selektsiyalyk-salасыn-reformalau-zhosparyn-azirledi-26060> (дата звернення: 27.01.2024).
32. Сорго – у Кувейт рис – у Казахстан. URL: <https://agrotimes.ua/article/sorgo-u-kuvejt-rыs-u-kazakhstan> (дата звернення: 27.01.2024)
33. Перші партнери Syngenta в Україні, 1 тис. га земель під селекцію, 100 тис. кв. м складів: як працює «організм» агрокорпорації Степова. <https://latifundist.com/spetsproekt/928-persh-partneri-syngenta-v-ukran-1-tis-ga-zemel-pd-selektsyu-100-tis-kv-m-skladv-yak-pratsyu-organzm-agrokorporats-stepova> (дата звернення: 27.01.2024)
34. Партнери. Офіційний сайт Агрокорпорації «Степова». URL: <https://stepova.ua/ua/partners> (дата звернення: 27.01.2024)
35. Агрокорпорація «Степова». URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/34359005/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/34359005/) (дата звернення: 28.01.2024).