

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН,
УПРАВЛІННЯ І БІЗНЕСУ
КАФЕДРА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кваліфікаційна робота

Магістр

(рівень вищої освіти)

на тему: «УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ВИРОБНИКІВ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВОМУ АГРАРНОМУ
РИНКУ (на прикладі Каховська філія ТОВ «АТ КАРГІЛЛ»)»

Виконав: студент 2 курсу, групи б3Мзд
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньо-професійної програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Коваленко О.М.

(прізвище та ініціали)

Керівник : д.е.н., проф. Фомішина В.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: Гардиман Є.М.

Херсон 2021 року

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота освітнього рівня «магістр» на тему «Управління стратегічними перевагами виробників сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку (на прикладі Каховська філія ТОВ «АТ КАРГІЛЛ»)» містить 111 сторінок, 21 таблицю, 13 рисунків, 18 формул. Перелік посилань нараховує 80 найменувань.

Метою дослідження є: дослідження аспектів стратегічного управління конкурентними перевагами аграрного підприємства з метою розширення зовнішньоекономічної діяльності.

Об'єктом дослідження є: процес управління конкурентними перевагами підприємства.

Предметом дослідження є: теоретико-методичні засади та особливості управління конкурентними перевагами аграрного підприємства на світовому ринку.

У роботі для досягнення поставленої мети було використано такі **методи дослідження**: прогнозування обсягів реалізації продукції при аналізі господарської (у тому числі і зовнішньоекономічної діяльності), теоретичні (аналіз, систематизація, узагальнення), табличний, графічний. Було застосовано статистичні методи дослідження числових даних: вертикальний (структура показників) та горизонтальний (динаміка показників) аналіз.

Висновки та рекомендації роботи можуть знайти конкретну реалізацію в діяльності, в пропозиціях щодо формування системи сертифікації та екологічного менеджменту у забезпеченні конкурентних переваг продукції підприємства на зовнішніх ринках.

Розроблені в кваліфікаційній роботі **рекомендації** щодо механізму реалізації стратегічних заходів управління конкурентними перевагами були представлені на розгляд керівнику підприємства, де було визнано можливість практичного застосування в майбутньому окремих заходів та пропозицій щодо впровадження.

Можливими напрямками продовження досліджень можуть бути стратегія диверсифікації діяльності на зовнішніх ринках.

Ключові слова: стратегія, управління, конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішні ринки, сертифікація, екологічний менеджмент, аграрний ринок.

ABSTRACT

The magistrate project on the topic thesis «Management of strategic advantages of agricultural producers in the world agricultural market (the case of Kakhovka branch of LLC «JSC CARGILL»)» contains 111 pages, 21 tables, 13 figures, 18 formulas. The list of references includes 65 names.

The aim of the project is to study aspects of strategic management of competitive advantages of agricultural enterprises in order to expand foreign economic activity.

The research object is: the process of managing the competitive advantages of the enterprise.

The subject of the study is theoretical and methodological principles and features of managing the competitive advantages of agricultural enterprises in the world market.

The project used the following **methods**: forecasting sales of products in the analysis of business (including foreign trade activities), theoretical (analysis, classification, generalization), spreadsheet, graphic. Statistical methods of numerical data was used: vertical (structure indicators) and horizontal (dynamic performance) analysis.

Conclusions and recommendations of work can find a specific implementation in proposals for the formation of a certification system and environmental management in ensuring the competitive advantage of the company's products in foreign markets.

Developed in the research paper **recommendations** for the mechanism of implementation of strategic measures of competitive advantage management were presented to the head of the company, which was considered the possibility of practical use in future individual measures and proposals for implementation.

The possible areas of further research can be the strategy to diversify activities in foreign markets.

Keywords: strategy, management, competition, competitiveness, competitive advantages, foreign economic activity, foreign markets, certification, ecological management, garrison market.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1. Конкуренція і конкурентоспроможність на аграрному ринку України	10
1.2. Наукові основи втримання конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції	20
1.3. Характеристика джерел формування конкурентних переваг виробників аграрної продукції	28
Висновки до розділу 1.....	40
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ	41
2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства	41
2.2. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності та конкурентних переваг підприємства Каховська філія ТОВ «АТ КАРГІЛЛ»	52
2.3 Оцінка маркетингової діяльності підприємства та його конкурентних позиції на ринку олійно-жирової галузі України	61
Висновки до розділу 2.....	69
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	70
3.1. Шляхи вдосконалення стратегічного управління аграрними підприємствами України	70
3.2. Міжнародна сертифікація у формуванні конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції України на зовнішніх ринках	81
3.3. Обґрунтування ефективності зміцнення конкурентних переваг на зовнішніх ринках на основі підвищення якості та сертифікації продукції підприємства КФ ТОВ «АТ КАРГІЛЛ»	90
Висновки до розділу 3.....	100
ВИСНОВКИ	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	105

ВСТУП

Актуальність теми. Конкуренція та конкурентоспроможність є головними ознаками ринкової економіки. Ці категорії нерозривно пов'язані між собою, оскільки конкурентоспроможність можлива лише за наявності конкуренції, рівень якої істотно відрізняється як на окремих ринках (готової продукції та засобів виробництва, внутрішньому та зовнішньому), так і в різні періоди на одному і тому ж ринку. Одні галузі отримують високий прибуток, інші - є збитковими. Формування конкурентних ринкових відносин у сучасних умовах є одним із першочергових завдань держави.

Загострення конкурентних відносин у середовищі функціонування агровиробників змушує їх активно відстоювати свої інтереси на галузевому ринку. Вони повинні докладати значних зусиль, щоби забезпечити відповідність своєї продукції зростаючим вимогам споживачів. Розробка комплексу заходів, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності вироблюваної продукції, здобуття конкурентних переваг є важливим завданням для будь-якого сільськогосподарського підприємства.

Відповідні заходи формують певну конкурентну стратегію, яка повинна враховувати запити споживачів, передбачати удосконалення технологій і організації виробництва, раціональне використання та зміцнення матеріально-технічної бази тощо. Однак у діях багатьох сільськогосподарських підприємств України відсутня системність у розробці й реалізації таких стратегій. Вони не звертають належної уваги обґрунтуванню свого місця в конкурентному середовищі з урахуванням характеристик останнього та власних ресурсних можливостей. Дослідження результатів зусиль сільськогосподарських виробників з досягнення ними певних конкурентних переваг дає змогу оцінити перспективність існуючих векторів розвитку вітчизняного аграрного сектору.

Теоретико-методичні та практичні аспекти формування й використання конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств є предметом уваги багатьох учених. Серед доробку вітчизняних економістів варто виділити

опубліковані в останні роки ґрунтовні праці В.Г. Грановської, Ю.І. Данька, Ю.О. Зайцева, В.Ю. Ільїна, О.О. Красноручького, В. В. Макогона, О.М. Николук, Г.Є. Федосєєвої та інших авторів. Ними визначені підходи до ідентифікації конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств, запропонована їх класифікація, методи оцінки, сформульовані пропозиції щодо забезпечення таких переваг тощо.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження аспектів стратегічного управління конкурентними перевагами аграрного підприємства з метою розширення зовнішньоекономічної діяльності.

Із мети дослідження випливають такі **завдання**:

- визначити поняття «конкуренція» і «конкурентоспроможність» та їх особливості на аграрному ринку України;
- охарактеризувати наукові основи втримання конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції;
- охарактеризувати джерела та методи формування конкурентних переваг виробників аграрної продукції;
- надати загальну організаційно-економічну характеристику діяльності підприємства;
- дослідити зовнішньоекономічну діяльність так конкурентні переваги підприємства Каховська філія ТОВ «АТ КАРГІЛЛ»;
- провести оцінку маркетингової діяльності підприємства та його конкурентних позиції на ринку олійно-жирової галузі України;
- визначити шляхи вдосконалення стратегічного управління аграрними підприємствами України;
- визначити роль міжнародної сертифікації у формуванні конкурентних переваг виробників сільськогосподарської продукції України на зовнішніх ринках;
- обґрунтувати ефективність зміцнення конкурентних переваг на зовнішніх ринках на основі підвищення якості та сертифікації продукції підприємства КФ ТОВ «АТ КАРГІЛЛ».

Об'єктом дослідження даної роботи є процес управління конкурентними перевагами підприємства.

Предмет дослідження – теоретико-методичні засади та особливості управління конкурентними перевагами аграрного підприємства на світовому ринку.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети й виконання завдань у роботі використано низку загальнонаукових і спеціальних методів, а саме: методи індукції та дедукції – для розгляду понять «конкуренція» та «конкурентні переваги»; спостереження й узагальнення – для визначення місця України на світовому аграрному ринку; статистичний та графічний методи – для аналізу позиції підприємства на світовому ринку, причинно-наслідковий метод і метод експертної оцінки; методи системно-структурного аналізу, метод дисконтування.

Елементи наукової новизни. Наукова новизна дослідження полягає в теоретично-методичному обґрунтуванні та прикладному опрацюванні стратегії управління конкурентними перевагами зовнішньоекономічної діяльності аграрного підприємства.

Практична значущість. Висновки та рекомендації роботи можуть знайти конкретну реалізацію в діяльності КФ ТОВ «АТ КАРГІЛЛ».

Апробація результатів роботи. Основні практичні результати дослідження доповідались на: V Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів та студентів «Професійне становлення молоді в умовах інтеграційного розвитку України» із тезами: «Визначення ефективності зміцнення конкурентних переваг на зовнішніх ринках на основі підвищення якості та сертифікації продукції підприємства»