

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.190>

JEL classification: Q13, D41, L41

UDC: 338.432:005.22:339.137.2

### Микола ІЛЬЧУК

доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН України,  
завідувач кафедри організації підприємництва та біржової діяльності,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, Україна  
ORCID iD: 0000-0001-5129-6110  
E-mail: [ilchuk.m.m@nubip.edu.ua](mailto:ilchuk.m.m@nubip.edu.ua)

### Іван СВИНОУС

доктор економічних наук,  
професор кафедри обліку і оподаткування,  
Білоцерківський національний аграрний університет, Україна  
ORCID iD: 0000-0002-0346-1596  
E-mail: [isvinous@ukr.net](mailto:isvinous@ukr.net)

### Ольга ТОМАШЕВСЬКА

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри організації підприємництва та біржової діяльності,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, Україна  
ORCID iD: 0000-0002-2444-7259  
E-mail: [tomashevaska2011@ukr.net](mailto:tomashevaska2011@ukr.net)

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР АГРОБІЗНЕСУ

### АНОТАЦІЯ

**Вступ.** Функціонування господарств корпоративного сектору аграрної економіки останні кілька років показує, що складність проблеми виходу з кризи пов'язана не тільки з відсутністю досвіду ринкової діяльності в нових умовах, а й зі слабкою діагностикою конкурентного середовища та низьким рівнем адаптації виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств. Проблема зміцнення конкурентоспроможності підприємницьких структур агробізнесу може бути вирішена на основі розробки обґрунтованого інструментарію гнучкої адаптації їх потенціалу до ринкових умов.

**Метод (методологія).** Для вирішення поставлених завдань використано сучасні загальнонаукові та спеціальні методи економічних досліджень, зокрема: системний підхід – при вивченні зв'язків між явищами та процесами в системі забезпечення конкурентоспроможності підприємств; діалектичний та абстрактно-логічний – при проведенні теоретичних узагальнень і формуванні висновків; комплексні методи оцінки конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств – при визначенні узагальненої оцінки конкурентного потенціалу й обґрунтуванні конкурентних стратегій їх перспективного розвитку.

**Результати.** Встановлено, що розробка і реалізація програм підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є найважливішим засобом комплексного поліпшення виробничо-комерційної діяльності підприємницької структури. Від того, на скільки ця програма буде розроблена

© Микола Ільчук, Іван Свиноус, Ольга Томашевська, 2024

Отримано: 02.08.2024 р.

Рекомендовано до друку: 28.08.2024 р.

Опубліковано: 30.09.2024 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

**Як цитувати:** Ільчук М., Свиноус І., Томашевська О. Методичні підходи до формування системи управління конкурентоспроможністю підприємницьких структур агробізнесу. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 3. С. 190-198. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.190>

і послідовно реалізована, залежатиме ймовірність досягнення підприємствами високих результатів у короткостроковій і довгостроковій перспективі. Доведено, що розвиток конкурентоспроможності вимагає постійного коригування стратегії і тактики суб'єкта господарювання на ринку та посилення маркетингової діяльності в цілому. Для цього необхідно об'єктивно діагностувати конкурентне середовище агропродовольчого ринку та оцінити фактори розвитку конкурентоспроможності підприємницької структури.

**Ключові слова:** управління; програма; конкурентоспроможність; підприємницька структура агробізнесу; стратегія і тактика.

### Вступ

Функціонування господарств корпоративного сектору аграрної економіки останні кілька років показує, що складність проблеми виходу з кризи пов'язана не тільки з відсутністю досвіду ринкової діяльності в нових умовах, а й зі слабкою діагностикою конкурентного середовища та низьким рівнем адаптації виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств. Концепція формування та зміцнення конкурентних переваг на основі стратегічного планування, використання методик оцінки потенційної конкурентоспроможності суб'єкта господарювання та розробки системи управління ризиками ще не розроблена. Проблема зміцнення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств може бути вирішена на основі розробки обґрунтованого інструментарію гнучкої адаптації їх потенціалу до ринкових умов.

Теоретичні, методологічні та прикладні положення щодо розвитку конкурентоспроможності та конкурентних переваг розроблені Г. Азоєвим, С. Брю, Д. Джоббером, П. Р. Діксоном, М. Портером, Ф. Котлером, Д. Р. Евансом, Б. Берманом, Ф. Моррісом, А. А. Томпсоном, А. Дж. Фатхутдінова, Ф. А. Хайєка, Й. Шумпетера, розроблені зарубіжними вченими, такими як Ф. А. Дінов, Ф. А. Хайєк, Й. Шумпетер. Проте, швидкоплинні зміни зовнішнього середовища функціонування сільськогосподарських підприємств вимагає розробки заходів по удосконаленню системи управління конкурентоспроможністю господарств корпоративного сектору аграрного сектору України.

### Мета статті

На основі отриманих результатів проведеного дослідження запропонувати

практичні рекомендації щодо формування системи формування системи управління конкурентоспроможністю підприємницьких структур агробізнесу.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Реалізація програм підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств пов'язана зі значним рівнем невизначеності та проявом різноманітних ризиків.

Цей перелік є далеко невичерпним, але він характеризує коло чинників, які необхідно враховувати як при формуванні програм, так і при моніторингу їх реалізації.

Наступним етапом є вибір критеріїв, що стосуються ефективності поданих пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства. Це досить складний етап, оскільки критерії повинні бути обґрунтовано підібрані з урахуванням специфіки поданих пропозицій.

Визначення обґрунтованості поданої пропозиції також включає в себе розрахунок економічної ефективності пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності господарств корпоративного сектору аграрної економіки.

Завершальним етапом є прийняття відповідного управлінського рішення, що вимагає злагодженої роботи всіх працівників різних відділів служб підприємства.

Практична реалізація проекту потребує створення організаційно-економічних механізмів із залученням фінансових, проектних, будівельних та інших організацій.

Управління програмами підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання – це координація людських і матеріальних ресурсів під час розробки та реалізації програми для досягнення визначених у програмі результатів за складом і обсягом робіт, вартістю, часом, якістю,

цільовим рівнем конкурентоспроможності та задоволенням учасників програми. Успішність реалізації програми підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання оцінюється за сукупністю критеріїв, встановлених на етапі розробки: час виконання програми, вартість і бюджет програми, конкретизація вимог до якості робіт і результатів, ступінь задоволеності замовника [63, с. 63]. Управління розробкою та реалізацією програм підвищення конкурентоспроможності підприємства базується на таких принципах: поєднання єдиначальності керівництва з колегіальністю представників групи для спільного прийняття рішень; надання керівництву повноважень і відповідальності при прийнятті рішень; дотримання умов і збалансованості використовуваних ресурсів; забезпечення всебічного врахування інтересів усіх стейкхолдерів і зацікавлених осіб; врахування інтересів усіх зацікавлених сторін. Будь-яка програма включає управлінські процеси, які можна поділити на шість основних груп, що виконують різні управлінські функції.

Процеси управління програмою перетинаються і відбуваються з різною інтенсивністю на всіх етапах програми.

Крім того, процеси управління програмами пов'язані між собою через їхні результати, при чому результати одного з них стають вхідними даними для іншого. І, нарешті, існують взаємозв'язки між групами процесів на різних етапах програми.

У реальній реалізації програми фази не тільки передують одна одній, але й перекривають одна одну. Повторювані ініціативи на різних фазах програми допомагають контролювати актуальність програми. Якщо актуальність програми починає зменшуватися, наступний запуск може швидко виявити це і запобігти додатковим витратам.

Менеджмент відіграє важливу роль у реалізації програми. Воно передбачає не лише перевірку досягнення цілей і виявлення причин нестабільного виконання робіт, але й обґрунтування управлінських рішень щодо зміни виконання завдань для запобігання збиткам (зокрема, недотримання термінів,

перевищення стандартів використання ресурсів або витрат, низька якість).

Управління програмою підвищення конкурентоспроможності включає моніторинг (систематичне та організоване спостереження за всіма процесами реалізації програми), виявлення відхилень від цільових показників за допомогою низки критеріїв та обмежень, зафіксованих у календарних планах, бюджетах та кошторисах трудових і матеріальних ресурсів, прогнозування наслідків поточної ситуації та необхідності коригувальних дій. Це включає в себе обґрунтування.

Таким чином, розробка і реалізація програм підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є найважливішим засобом комплексного поліпшення виробничо-комерційної діяльності підприємницької структури. Від того, на скільки ця програма буде розроблена і послідовно реалізована, залежатиме ймовірність досягнення підприємствами високих результатів у короткостроковій і довгостроковій перспективі.

На нашу думку, фактори конкурентоспроможності підприємства доцільно розділити на внутрішні та зовнішні, залежно від можливого впливу суб'єкта управління на об'єкт.

Найважливішими внутрішніми факторами конкурентоспроможності підприємства є:

1) витрати виробництва: зниження витрат, збільшення інвестицій в основні засоби та оновлення технологій, поліпшення інформаційного забезпечення виробничих процесів, інформації про ресурси та технологію виробництва, розвиток і вдосконалення інфраструктури та матеріально-технічної бази, підвищення рівня спеціалізації та концентрації виробництва, залучення висококваліфікованих працівників, підвищення професійно-кваліфікаційного рівня та трудової мотивація працівників до підвищення продуктивності праці; дотримання співвідношення передової та відсталої продукції;

2) якість продукції: інформація про стандарти і технічні вимоги до якості продукції; зміна вимог до якості, смаків і уподобань споживачів; розробка нових технологій виробництва; поліпшення техніко-економічних і якісних показників; збільшення частки

виробленої продукції з високими якісними характеристиками.

До зовнішніх факторів, які підвищують конкурентоспроможність компанії, належать:

1) збут продукції: загальна інформація про ринкову ситуацію (аналіз та оцінка ринкової ситуації ґрунтується на маркетингових дослідженнях). Сюди входить зовнішня та внутрішня інформація про конкурентів), аналіз структури ринку (визначення кількості продавців на товарному ринку та порівняння часток, якими володіє кожен учасник ринку), інформація про обсяги попиту на конкретні види продукції, вимоги до якості, уподобання, змінив уподобаннях споживачів, платоспроможність населення та підприємства, рівень цін на продукцію, що випускається, та інші фактори, що впливають на конкурентоспроможність суб'єкта господарювання. Посилення: розширення каналів збуту, ціновий вплив посередників та переробників, покращення інформаційного забезпечення збуту продукції, використання цінових факторів для підвищення конкурентоспроможності;

2) державне регулювання та підтримка розвитку сільського господарства та сільських територій: індикативне планування; дотації з державного, регіонального та місцевих бюджетів; податкові пільги; державне замовлення; підготовка кваліфікованих кадрів; інформаційне забезпечення; розробка та реалізація заходів щодо поліпшення соціального становища сільського населення (покращення демографічної ситуації на селі, підвищення зайнятості та доходів, якості життя, зміцнення соціального статусу на селі);

3) економічні відносини з іншими суб'єктами: налагодження інтеграції та кооперації у виробництві, переробці та збуті продукції; створення споживчих кооперативів, які забезпечують інформаційну підтримку, захист інтересів, координацію діяльності та різноманітні послуги.

При аналізі витрат слід враховувати, що структурна диференціація витрат на постійні та змінні дозволяє виявити внутрішні резерви, які можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Змінні витрати включають витрати, які змінюються зі збільшенням або зменшенням обсягів виробництва або продажів (зокрема,

відрядна заробітна плата, корми, електроенергія).

До постійних витрат відносяться амортизація, оренда, погодинна оплата праці, страхові внески тощо. Така система розподілу витрат дозволяє більш повно дослідити взаємозв'язок між прибутком і витратами та між обсягом виробництва (реалізації) і витратами.

Збільшення частки постійних витрат на одиницю продукції призводить до зростання середніх витрат, що в кінцевому підсумку позбавляє підприємства мобільності та конкурентоспроможності. Для підприємств з неповним завантаженням наявних потужностей виникає ситуація, коли досить низькі маржинальні витрати в поєднанні з високими постійними витратами загрожують зниженням прибутковості виробництва в цілому. Конкурентоспроможність суб'єкта господарювання визначається собівартістю, якістю, насиченістю ринку та масштабами виробництва.

Одним з найважливіших факторів підвищення конкурентоспроможності підприємств є якість продукції, яка є основним критерієм проникнення товарів на міжнародні ринки в умовах жорсткої конкуренції та розширення експортних можливостей на світових ринках.

Якість продукції є узагальнюючим показником науково-технічного прогресу, рівня організації виробництва, культури і трудової дисципліни, найважливішим джерелом економії трудових, земельних і матеріальних ресурсів та підвищення ефективності виробництва. Підвищення якості продукції є одночасно засобом і результатом інтенсифікації виробництва. Зрозуміло, що необхідність підвищення якості продукції в сучасних умовах визначається об'єктивними потребами та особливостями розвитку сільськогосподарського виробництва. А саме: обмеженість природних ресурсів, підвищення ефективності використання сировини, продуктивності і довговічності техніки та терміну служби споживчих товарів, що відповідає економії значної кількості матеріальних і природних ресурсів. Існує також потреба у підвищенні добробуту населення та трансформації споживчого попиту у більш якісну продукцію.

Основними напрямками підвищення якості продукції є стандартизація, поліпшення організації та дисципліни виконання агротехнічних робіт у рослинництві, дотримання технічних вимог у тваринництві, управління, підвищення кваліфікації кадрів та економічне стимулювання. Основними економічними факторами, що впливають на якість продукції, є закупівельні ціни, стимулювання працівників за допомогою схем фінансової винагороди та дотримання найвищого рівня роботи на всіх виробничих операціях відповідно до чинних стандартів.

В останні роки все більшого значення набувають екологічні фактори, такі як дотримання вимог що до захисту навколишнього середовища; ергономічні фактори, такі як дотримання гігієнічних, антропометричних, фізіологічних, психологічних та інших вимог з урахуванням характеристик і особливостей людського організму; і естетичні показники, такі як зовнішній вигляд, вид продукції, дизайн, привабливість, виразність і емоційний вплив.

Всі ці складові входять до споживчої вартості товару, яка не обмежується ціною придбання товару, а включає також поняття ефективності використання товару в процесі експлуатації та престижності його торговельної марки. Якість товару визначається сукупністю споживчих параметрів, тобто показників, що характеризують найважливіші споживчі функції товару і властивості, які задовольняють всі потреби потенційних покупців.

Аналіз та оцінка ринкової ситуації як фактора конкурентоспроможності підприємства ґрунтується на маркетингових дослідженнях. Маркетингові дослідження включають зовнішню інформацію про конкурентів і ринкову кон'юнктуру, а також інформацію, що генерується в процесі виконання функцій організації управління. Структурний аналіз є дуже важливим для визначення конкурентоспроможності і полягає у визначенні кількості продавців на товарному ринку та порівнянні часток, якими володіє кожен учасник ринку. На додаток до структурного аналізу рекомендується порівняти ефективність діяльності суб'єкта господарювання з середньо галузевим показником, а також врахувати фактори, які призвели до такої розбіжності. Щоб отримати

конкурентну перевагу на певному сегменті ринку, виробники агропродовольчої продукції повинні володіти інформацією про обсяг попиту на певний вид продукції, ресурси та технології, необхідні для виробництва, сфери використання, вимоги до якості, уподобання, зміну споживчих переваг та конкурентів на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Державна підтримка має важливе значення для конкурентоспроможності продукції та сільськогосподарських підприємств.

Обмежений попит на продовольчі товари через загальну низьку платоспроможність значної частини населення не дозволяє швидко відновити конкурентоспроможність більшості суб'єктів підприємницької діяльності в сфері аграрного бізнесу. Необхідний зовнішній вплив через систему організаційних, економічних, адміністративних та правових заходів. Це вимагає відповідної цінової та податкової політики, бюджетної підтримки, антимонопольного регулювання та вдосконалення законодавчої бази для посилення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Швидке реагування на мінливі фактори та мобілізація ресурсів дозволить зберегти ринкові позиції або значно покращити та мінімізувати витрати на ринкові операції. Своєчасне постачання виробничих ресурсів зменшує витрати на зберігання і транспортування та забезпечує ритмічність виробництва.

Це означає прийняття обґрунтованих управлінських рішень у функціональній сфері його діяльності, з одного боку, щодо основних факторів виробництва-землі, трудових ресурсів, матеріально-технічних засобів виробництва, аз іншого – щодо заходів, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства на основі раціонального використання його ресурсного потенціалу. Ці заходи включають організацію інформаційної, управлінської та маркетингової підтримки підприємств, інвестиційну та інноваційну підтримку, страхування виробничої діяльності, а також розробку та вибір раціональних конкурентних стратегій.

Очевидно, що єдиного рецепту комплексу заходів щодо забезпечення організаційно-економічного розвитку суб'єктів

підприємницької діяльності в сфері аграрного бізнесу не існує, а їх поєднання залежить від поточної конкурентної позиції виробника на ринку, рівня потенціалу сформованих ресурсів та ефективності їх використання, відповідності якості продукції чинним стандартам та вимогам потенційних споживачів. Поєднання залежить, серед іншого, від того, чи відповідає продукт чинним стандартам та вимогам потенційних споживачів. У сучасних умовах доцільно розглянути питання вдосконалення організаційно-фінансового забезпечення підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств з урахуванням зміни погодно-кліматичних умов, посилення кризових явищ, труднощів у збуті сільськогосподарської продукції, зростання виробничих і маркетингових витрат та зниження прибутковості.

Забезпечення розвитку та зміцнення конкурентоспроможності господарств корпоративного сектору аграрної економіки необхідне для того, щоб вони могли гнучко реагувати на зміни ринкового середовища в аграрному секторі. Конкурентоспроможність суб'єкта господарювання-це його ресурси та здатність раціонально та ефективно використовувати земельні, людські ресурси, технології та інші складові для забезпечення успішної господарської діяльності та стратегічного розвитку в умовах зростаючої конкуренції.

А саме: достатність - для забезпечення конкурентоспроможності та стратегічного розвитку; адаптивність – у відповідь на зміни у зовнішньому середовищі та науково-технічний розвиток; стабільність-визначається технологічним циклом протягом певного періоду часу, тобто нормами та стандартами протягом певного періоду часу; саморегулювання та саморозвиток – потенціал регіону та навколишнього середовища в періоди інноваційних змін, динаміка та адаптація організаційної поведінки системи.

Складові конкурентного потенціалу у своїй взаємодії є механізмами, що забезпечують їх функціонування в найбільш раціональному поєднанні для досягнення поставлених цілей і завдань за певних умов зовнішнього середовища та внутрішніх обмежень. Так, виробничий та технологічний потенціал є основними обмежувачими факторами

конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, оскільки вони визначаються виробничими потужностями та ресурсами, що споживаються.

Очевидно, що конкурентоспроможність підприємницької структури проявляється на ринку через його маркетингову діяльність. Тому ефективність організації маркетингової діяльності є умовою та індикатором розвитку конкурентної позиції суб'єкта господарювання.

Зміни в оточуючому суб'єкта підприємницької діяльності в сфері аграрного бізнесу середовищі, що відбуваються в сільськогосподарському виробництві, торгівлі, аграрній науці, техніці і технології виробництва, у поєднанні зі збільшенням масштабів і складності комерційної діяльності, вимагають впровадження сучасних маркетингових концепцій як основи діяльності підприємства в конкурентному середовищі. Сільськогосподарські підприємства, що використовують маркетингову концепцію, формують свій рівень конкурентоспроможності та визначають основний напрямок своєї діяльності, виходячи з попиту платоспроможного ринку. Це означає орієнтацію на платоспроможного покупця, підпорядкування інтересів підрозділів головним інтересам і цілям підприємства, об'єднання тактичних дій усіх функціональних служб підприємства для досягнення головних цілей і спрямування кінцевих результатів діяльності підприємства на кінцеві потреби споживача.

#### **Висновки та перспективи подальших досліджень**

Слід зазначити, що маркетинг сільськогосподарської продукції є більш складним, ніж для інших її видів, через велику кількість вироблених продовольчих продуктів, їх використання та важливість, а також різноманітність способів, прийомів та методів функціонування. Певні види агропродовольства є предметами першої необхідності, певні види доповнюють один одного в гармонії корисності та необхідності та використовуються для забезпечення високого рівня життя. Не можна ігнорувати особливостями аграрного маркетингу. Підхід до управління маркетингом постійно змінюється у зв'язку з мінливим характером

ринкових відносин та особливостями внутрішнього потенціалу підприємства. Організація маркетингової діяльності дозволяє управляти ризиками, створювати сприятливі умови для розвитку внутрішнього потенціалу компанії, збільшувати кількість і якість продукції, виходячи з вимог споживачів, змінювати технологію виробництва у відповідь на зміни попиту, утримувати і збільшувати частку ринку, постійно управляти позицією продукту і компанії на ринку.

У процесі маркетингової діяльності формується певний рівень

конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, який визначає ринкові можливості, переваги (загрози) та конкурентну позицію. Розвиток конкурентоспроможності вимагає постійного коригування стратегії і тактики суб'єкта господарювання на ринку та посилення маркетингової діяльності в цілому. Для цього необхідно об'єктивно діагностувати конкурентне середовище агропродовольчого ринку та оцінити фактори розвитку конкурентоспроможності підприємницької структури.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойдуник В. Р., Бойдуник Н. М. Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства: методологія аналізу дефініції. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2020. Вип. 16(2). С. 220-229.
2. Кравченко Ю. М., Антощенкова В. В. Екологічна безпечність та якість сільськогосподарської продукції та її конкурентоспроможність в умовах міжнародної інтеграції. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2019. Вип. 202. С. 84-92.
3. Єрмаков О. Ю., Єсаулов В. А. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств на ринку продукції рослинництва. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2016. Вип. 247. С. 130-141.
4. Пахуча Е. В., Бабика В. О., Клепчава О. В. Сучасні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств». *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*. 2021. №1. С. 98-110.
5. Ревуцька А. О. Вплив інтеграційних відносин на конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств. *Економічний аналіз*. 2014. Т. 15, № 3. С. 154-161.
6. Герасименко Ю. В., Сімоник Л. С. Конкурентоспроможність підприємств АПК: поняття, механізм управління та методи оцінки. *Молодий вчений*. 2018. №11(2). С. 1091-1094.
7. Крутько М. А. Конкурентоспроможність агропромислової галузі в контексті розвитку інтеграційної взаємодії. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 24(2). С. 94-97.
8. Чернега І. І., Шевченко Н. О., Ревуцька А. О. Інтеграційні процеси та їх вплив на конкурентоспроможність агропромислових підприємств. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*. 2015. № 1. С. 197-202.
9. Паленичак О. В. Конкурентоспроможність аграрних підприємств регіону та перспективні напрями її підвищення. *Економічний форум*. 2020. №1. С. 41-46.

## REFERENCES

1. Boidunik, V. R., & Boidunik, N. M. (2020). Competitiveness of agricultural enterprises: Methodology for analyzing the definition. *Current Problems of Regional Economic Development*, 16(2), 220–229.
2. Kravchenko, Yu. M., & Antoshchenkova, V. V. (2019). Environmental safety, quality of agricultural products, and their competitiveness in the context of international integration. *Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Petro Vasylenko*, (202), 84–92.
3. Yermakov, O. Yu., & Yesaulov, V. A. (2016). Competitiveness of agricultural enterprises in the crop production market. *Scientific Bulletin of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. Series: Economics, Agrarian Management, Business*, (247), 130–141.
4. Pakhucha, E. V., Babyka, V. O., & Klepcheva, O. V. (2021). Modern approaches to defining the concept of “competitiveness of agricultural enterprises.” *Bulletin of KhNAU. Series: Economic Sciences*, (1), 98–110.
5. Revutska, A. O. (2014). The impact of integration relations on the competitiveness of agricultural enterprises. *Economic Analysis*, 15(3), 154–161.
6. Herasymenko, Yu. V., & Simonyk, L. S. (2018). Competitiveness of agricultural enterprises: Concept, management mechanism, and evaluation methods. *Young Scientist*, 11(2), 1091–1094.
7. Krutko, M. A. (2019). Competitiveness of the agro-industrial sector in the context of integration interaction development. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and Global Economy*, 24(2), 94–97.
8. Chernega, I. I., Shevchenko, N. O., & Revutska, A. O. (2015). Integration processes and their impact on the competitiveness of agro-industrial enterprises. *Bulletin of KhNAU. Series: Economic Sciences*, (1), 197–202.
9. Palenychak, O. V. (2020). Competitiveness of regional agricultural enterprises and promising directions for its improvement. *Economic Forum*, (1), 41–46.

**Mykola Ilchuk**, Doctor of Economic Sciences, Professor, Corresponding Member of NAAS of Ukraine, Head of the Department of Entrepreneurship and Stock Exchange Activities, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Ukraine

**Ivan Svytnov**, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Accounting and Taxation, Bila Tserkva National Agrarian University, Ukraine

**Olha Tomashevskaya**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Stock Exchange Activities, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Ukraine

### Methodological approaches to the formation of a management system for the competitiveness of agribusiness entrepreneurial structures

#### Abstract

**Introduction.** The functioning of corporate sector enterprises in the agricultural economy over recent years demonstrates that the complexity of overcoming crises is not only associated with the lack of experience in market activities under new conditions but also with weak diagnostics of the competitive environment and a low level of adaptation of agricultural enterprises' production potential. The problem of enhancing the competitiveness of agribusiness entrepreneurial structures can be addressed by developing a well-grounded toolkit for flexible adaptation of their potential to market conditions.

**Method (Methodology).** To address the tasks, modern general scientific and specific methods of economic research were used, including: systematic approach for studying the interconnections between phenomena and processes in the system ensuring enterprise competitiveness; dialectical and abstract-logical methods for theoretical generalizations and conclusions; comprehensive methods for assessing competitive advantages of agricultural enterprises to determine a generalized evaluation of competitive potential and justify competitive strategies for their prospective development.

**Results.** It was found that the development and implementation of programs to improve the competitiveness of agricultural enterprises are the most important tools for comprehensively improving the production and commercial



activities of entrepreneurial structures. The likelihood of achieving high results in the short and long term depends on how thoroughly such a program is developed and implemented. It has been proven that competitiveness development requires constant adjustments to the strategy and tactics of economic entities in the market and an overall strengthening of marketing activities. For this purpose, it is essential to objectively diagnose the competitive environment of the agro-food market and assess the factors influencing the competitiveness of entrepreneurial structures.

**Keywords:** management; program; competitiveness; agribusiness entrepreneurial structure; strategy and tactics.

**Cite as:** Ilchuk, M., Slynous, I., and Tomashevskaya, O. (2024). Methodological Approaches to the Formation of a Management System for the Competitiveness of Agribusiness Entrepreneurial Structures. *Economic analysis*, 34 (3), 190-198. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.190>