

УДК 338.436

*Данкевич В. Є.,*

*dankevych2017@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0522-2927,*

*Researcher ID: E-3739-2017,*

*д.е.н., декан факультету права, публічного управління та національної безпеки, Поліський національний університет, м. Житомир*

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ**

***Анотація.** У статті обґрунтовано, що формування та підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва в Україні належать до пріоритетних завдань національного економічного розвитку. Це визнається винятковим значенням аграрного підприємства у забезпеченні сталого розвитку аграрного ринку, здійсненні зовнішньоекономічних зв'язків, формування продовольчої безпеки держави. Доведено, що, враховуючи наявну кон'юнктуру світових продовольчих ринків, значення конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери в умовах сучасної економіки незмінно зростає, набуває більшої необхідності насичення ринку сільськогосподарськими продуктами, покращення їх якості, розширення асортименту. Обґрунтовано, що ключове місце у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності підприємств займає процес формування конкурентних переваг продукції, оскільки саме вони забезпечують їх передові позиції в галузі та важелі впливу на співвідношення конкурентних сил. Встановлено, що наразі виникає об'єктивна необхідність у розробці ефективних управлінських методик підвищення конкурентоспроможності аграрної продукції. Апробація підходів до управління конкурентоспроможністю агропродовольчої продукції при виході на зовнішні ринки здійснена на прикладі ПСП "Троянівське".*

**Ключові слова:** управління, конкурентоспроможність, аграрна продукція, сільськогосподарські підприємства, зовнішні ринки, експорт, ефективність.

*Dankevych V. Ye,*

*dankevych2017@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0522-2927,*

*Researcher ID: E-3739-2017,*

*Doctor of Economics, Dean of the Faculty of Law, Public Administration and National Security, Polissia National University, Zhytomyr*

## **MANAGEMENT OF AGRICULTURAL FOOD PRODUCTS COMPETITIVENESS WHEN ENTERING FOREIGN MARKETS**

***Abstract.** The article substantiates that the formation and increase of competitiveness of agricultural production in Ukraine are among the priority tasks of national economic development. This is determined by the exceptional importance of the agricultural enterprise in ensuring the sustainable development of the agricultural market, the implementation of foreign economic relations, the formation of food security of the state. It is proved that given the current situation in world food markets, the importance of competitiveness of agricultural enterprises in the conditions of the modern economy is constantly growing, there is a greater need to saturate the market with agricultural products, improve their quality, expand the range. It is substantiated that the key place in increasing the international competitiveness of enterprises is occupied by the process of formation of competitive advantages, as they provide their leading positions in the industry and levers of influence on the balance of competitive forces. As a result, there is an objective need to develop effective management techniques to increase the competitiveness of business structures. Approbation of approaches to managing the competitiveness of agri-food products when entering foreign markets was carried out on the example of PSP "Trojanivske".*

**Key words:** management, competitiveness, agricultural products, agricultural enterprises, foreign markets, export, efficiency.

**JEL Classification:** L10, Q18

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-64-03>

**Постановка проблеми.** У сучасній світовій економічній системі відкритих ринків, враховуючи наявні кон'юнктурні зміни, питання міжнародної конкурентоспроможності продукції набуло неабиякого значення. Причиною цього є те, що наявність або відсутність такої властивості у товарів є визначальною не тільки щодо їх присутності на ринку, а й загалом щодо існування як окремих товаровиробників, так і цілих галузей економіки певних країн [1]. Враховуючи провідні позиції України на світових ринках агропродовольчої продукції, ключовим наразі є не лише виробництво значних обсягів продукції, але і забезпечення її якості, управління її конкурентоспроможністю. Реалізація зазначеного повинна здійснюватися, починаючи з рівня підприємства і до рівня державної політики.

У сучасних умовах господарювання забезпечення міжнародної конкурентоспроможності агропродовольчої продукції є найголовнішим фактором успішного функціонування суб'єктів ринку. Основною умовою, за якою працює ринковий механізм, що забезпечує стабільне зростання економіки, широкий асортимент і високу якість товарів та послуг, є ринкова конкуренція. Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвинутого, цивілізованого ринку, що включає сферу виробництва й товарообміну, змушує виробників товарів постійно шукати нові шляхи підвищення їхньої якості, зниження ціни, підвищення сервісу [2, 3].

Головна мета держави в цих умовах полягає в розробці зовнішньоекономічної стратегії, визначенні напрямів розвитку експортного потенціалу, підтримці підприємств аграрного сектора економіки в розвитку експортних виробництв. Завданнями підприємств є оцінка кон'юнктури ринку та виробництво необхідної кількості та якості продукції. Водночас, враховуючи сучасні глобальні виклики та широкий спектр чинників, які впливають на конкурентоспроможність агропродовольчої продукції, існують різні підходи до управління конкурентоспроможністю.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблеми управління, регулювання та стимулювання зовнішньоекономічної діяльності України, зокрема підприємств аграрного сектора економіки, досліджувалися багатьма вченими. Слід назвати праці Пронкіна Л. І., Уткіної Ю. М., Вовка М., Іванченкова Л. В., Стасюкова К. В., Валявського С. та ін. [1-4]. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції сільського господарства знайшли відображення у роботах Ковтуна О. І., Куницької-Ляш М. В., Лупака Р. Л., Кваші С. С. та ін. [5-11]. Однак питання підтримки конкурентоспроможності

сільськогосподарської продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, управління конкурентоспроможністю агропродовольчої продукції при виході на зовнішні ринки потребують подальшого дослідження.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У загальному розумінні конкурентоспроможність продукції – це властивість продукції, яка відображає можливості її успішного продажу на визначеному ринку за певний період часу. Конкурентоспроможність продукції формується послідовно на всіх етапах виробничого циклу і є результатом формування конкурентних переваг продукції та підприємства. На конкурентоспроможність продукції впливають фактори зовнішнього та внутрішнього середовища. Засновники теорії конкуренції при визначенні чинників конкурентоспроможності спираються на наявність факторів виробництва [4]. Безумовно, такі фактори, як земля, праця, капітал, інфраструктура, підприємництво та інформація, мають вагомe значення, але необхідним є комплексний підхід у визначенні тих чинників, які мають безпосередній вплив на рівень конкурентоспроможності продукції (табл. 1). Аналіз методологічних основ проблеми дослідження дозволив встановити, що конкурентоспроможність у загальному вигляді визначається співвідношенням корисного ефекту до сумарних затрат, які включають витрати, пов'язані з придбанням та експлуатацією товару. Незважаючи на специфіку сільськогосподарського виробництва, вищезазначене актуально і для сільськогосподарського виробництва.

Визначаючи конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції, виробник має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінку споживачів [7]. Тому формування конкурентоспроможності продукції починається з визначення суттєвих споживчих властивостей, за якими оцінюється принципова можливість реалізувати сільськогосподарську продукцію на ринку, де покупці постійно порівнюватимуть її характеристики з продукцією конкурентів щодо міри задоволення конкретних потреб і цін реалізації. Але, крім конкретних вимог потенційних споживачів до пропонованої продукції, необхідно знати також і можливі розміри та динаміку попиту на продукцію; розрахунковий рівень ринкової ціни товару; очікуваний рівень конкуренції на ринку. Лише після збору повного обсягу необхідної інформації, її обробки та аналізу можливою стає оцінка конкурентоспроможності продукції (табл. 2).

**Класифікація чинників конкурентоспроможності продукції та їх роль у формуванні конкурентних переваг**

<i>Чинники прямого впливу</i>	<i>Роль у формуванні конкурентних переваг</i>
Собівартість	- скорочення витрат виробництва з розрахунку на одиницю продукції - формування доступної ціни для споживача
Ціна	- зростання рентабельності продажу - розширення можливостей беззбиткового виробництва
Якість	- формування вибору споживача - забезпечення іміджу виробника на ринку - отримання більш високого прибутку від реалізації
Попит	- визначення споживчих параметрів продукції - встановлення вимог до продукції
<i>Чинники непрямого впливу</i>	<i>Роль у формуванні конкурентних переваг</i>
Фактори виробництва	- формування конкурентних переваг - формування конкурентоспроможності високого рівня за рахунок інвестицій у виробничу, інформаційну, наукову інфраструктуру
Економічна політика держави	- підтримка та стимулювання виробництва конкурентоспроможної продукції (цінова, фінансово-кредитна політика, нормативно-правове регулювання) - розширення експортного потенціалу
Механізація технологічних процесів	- скорочення обсягів затрат ручної праці, підвищення продуктивності - розробка та впровадження ресурсозберігаючих технологій - екологізація виробництва
Спеціалізація та інтеграція	- виготовлення технологічно однорідної високоякісної продукції - впровадження прогресивних технологій - економія капітальних і експлуатаційних витрат
Інноваційна діяльність	- використання принципово нових видів техніки і технологій - забезпечення виробництва високоякісної продукції

Джерело: сформовано на основі [2-3].

Дослідження та оцінка конкурентоспроможності продукції повинні здійснюватися відповідно до певної хронології дій. Проведення послідовних етапів містить у собі загальні обов'язкові елементи оцінки конкурентоспроможності і може застосовуватися до будь-якого виду продукції. Але вони

можуть бути розширені та доповнені в залежності від специфічних характеристик продукції та ринку, де продукцію реалізують або планують реалізувати. Етапи проведення оцінки конкурентоспроможності аграрної продукції представлені у табл. 2.

Таблиця 2

**Етапи проведення оцінки конкурентоспроможності аграрної продукції**

Номер етапу	Назва етапу	Зміст
Етап 1	Дослідження ринку	Вивчення вимог споживачів, місткості ринку; збір інформації про конкурентів; визначення перспектив та альтернативних каналів збуту продукції
Етап 2	Встановлення індивідуальної системи показників конкурентоспроможності продукції	Визначення параметрів, властивостей продукції, що підлягають оцінці, та їх кількісний вимір
Етап 3	Обґрунтування вибору бази порівняння	Визначення базових значень показників, із якими порівнюються відповідні показники оцінюваної продукції
Етап 4	Визначення методу оцінки рівня конкурентоспроможності продукції	У залежності від виду продукції та її особливостей (специфічних характеристик) обирається метод оцінки конкурентоспроможності продукції
Етап 5	Висновок про конкурентоспроможність продукції	Високий рівень конкурентоспроможності Середній рівень конкурентоспроможності Низький рівень конкурентоспроможності продукції Продукція неконкурентоспроможна

Джерело: сформовано на основі [7-8].

Особливості управління конкурентоспроможності агропродовольчої продукції при виході на зовнішні ринки розглянемо на прикладі ПСП “Троянівське”, яке є типовим для Поліського регіону. Наразі, в умовах виходу аграрних підприємств на зовнішні ринки, важливою є розробка системи стратегічного управління. Імплементация системи стратегічного управління пропонується і для ПСП “Троянівське”.

Зважаючи на специфіку діяльності ПСП “Троянівське”, необхідно відзначити про неприпустимість копіювання будь-якої стратегії. Тому імплементация системи стратегічного управління на даному підприємстві потребує індивідуального підходу. Спираючись на результати аналізу діяльності ПСП “Троянівське” за період 2018-2020 рр., зокрема отриманих за підсумками SWOT-аналізу (табл. 3), виокремлено стратегічні орієнтири підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Вирішальним фактором успіху підприємства на конкурентному ринку є конкурентоспроможність його продукції. Визначальними чинниками конкурентоспроможності продукції є її ціна та якість. На основі звітної інформації було здійснено оцінку рівня конкурентоспроможності продукції ПСП “Троянівське” за ціною та собівартістю. У ПСП “Троянівське” собівартість виробництва продукції є вищою за рівень ринкових цін, відповідно, підприємство не має можливості знижувати ціни реалізації, тобто продукція за ціною є неконкурентоспроможною. Порівняння стандартів якості продукції підприємства, зокрема зерна, з відповідними показниками досліджуваного підприємства дає підстави стверджувати, що зерно, яке вирощує ПСП “Троянівське” за своїми властивостями, відповідає 2-му класу. Тобто за рівнем якості зернова продукція ПСП “Троянівське” є конкурентоспроможною.

Таблиця 3

**SWOT-аналіз діяльності ПСП “Троянівське”**

	<b>МОЖЛИВОСТІ</b>	<b>ЗАГРОЗИ</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вихід на нові ринки</li> <li>2. Розширення продуктової лінії</li> <li>3. Розширення асортименту</li> <li>4. Збільшення орендованих земель</li> <li>5. Залучення інвесторів</li> <li>6. Збільшення кількості споживачів.</li> <li>7. Переорієнтація на експорт іншої продукції, що вирощується</li> <li>8. Можливість виробництва біодизеля з ріпаку</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наявність конкурентів</li> <li>2. Нестабільна економічна ситуація в країні</li> <li>3. Зміни в попиті</li> <li>4. Скорочення доходів споживачів</li> <li>5. Зміна умов експорту</li> <li>6. Зростання вартості насіння та енергоносіїв</li> </ol>
<b>СИЛА</b>	<b>СІМ</b>	<b>СІЗ</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кваліфікований персонал</li> <li>2. Започатковані зв'язки на зовнішньому ринку</li> <li>3. Надійний менеджмент</li> <li>4. Існуюча технологічна база</li> <li>5. Якість продукції</li> <li>6. Здатність тривалого зберігання продукції</li> </ol>	<p>Можливість завоювання більшої частки ринку за рахунок високої якості продукції</p> <p>Можливість виходу на нові ринки, використовуючи досвід уже налагоджених зв'язків</p> <p>Перевага над конкурентами за рахунок тривалого зберігання продукції</p> <p>Можливість оперувати наявними ресурсами задля найбільшого задоволення потреб споживачів</p>	<p>Підтримання налагоджених зв'язків та високої якості продукції збереже досягнуті позиції</p> <p>Спираючись на надійний менеджмент, можна знизити вплив нестабільної економічної ситуації</p> <p>Зв'язки на зовнішньому ринку допоможуть зменшити ризик від втрат, пов'язаних зі зміною попиту внутрішніх споживачів</p>
<b>СЛАБКІСТЬ</b>	<b>СЛМ</b>	<b>СЛЗ</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сезонність вирощування</li> <li>2. Недостатні маркетингові здібності</li> <li>3. Нестабільний ринок сільгосппродукції</li> <li>4. Нестача обігових коштів</li> <li>5. Відсутність реклами</li> <li>6. Невеликі площі вирощування</li> </ol>	<p>Збільшення кількості споживачів та розширення асортименту призведе до збільшення прибутку</p> <p>Залучення нових інвесторів допоможе диверсифікувати виробництво, що перекриє сезонність вирощування</p> <p>Вихід на зовнішні ринки сприятиме актуальності і значимості маркетингових здібностей</p> <p>Розширення асортименту та вихід на зовнішні ринки сприятимуть покращенню якості реклами</p>	<p>Можлива переорієнтація споживачів на продукцію конкурентів</p> <p>Введення високих податкових та митних ставок зменшить прибуток</p> <p>Посилення позиції конкурентів за рахунок кращого маркетингу</p> <p>Скорочення доходів споживачів змусить їх користуватися дешевою продукцією</p> <p>Нестабільна економічна ситуація може послабити притік інвесторів</p>

Джерело: сформовано на основі даних ПСП “Троянівське” [2-3].

Ідентифікувавши переваги та недоліки у діяльності ПСП “Троянівське” за допомогою SWOT-аналізу, визначено сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, а також виявлено можливості і загрози в досягненні високого рівня конкурентоспроможності. В умовах ПСП “Троянівське” виявлено, що підприємство має зосередитися на використанні таких власних сильних характеристик, як: висока якість та екологічність продукції; здатність нарощувати обсяги виробництва та розширювати асортимент продукції; високий трудовий потенціал та здатність навчатися новому. Це дозволить сподіватися на одержання стратегічного успіху в напрямі виходу на зовнішні ринки сільськогосподарської продукції, налагодження тісних коопераційних зв'язків із іншими малими підприємствами галузі, отримання доступу до іноземних інвестиційних ресурсів.

Крім нарощування обсягів виробництва сої, підприємство планує зростання експорту за рахунок розширення площ та виробництва значних об'ємів нішевих культур (гірчиці, олійного льону, квасолі та насіння гарбуза), які, окрім явних переваг у вирощуванні, забезпечують під час виробництва високу рентабельність та мають високий попит в країнах ЄС. Разом з цим, керівництво ПСП “Троянівське” розглядає можливості виробництва тих видів продукції, на які в межах дії автономних торговельних преференцій Європейський Союз скасував мита для української сільгосппродукції (овес, солодка кукурудза та ін.). Також підприємство розглядає можливості виробництва органічної продукції, на яку є гарний попит у країнах ЄС.

Майже третину валового доходу підприємство отримує від реалізації продукції тваринництва, зокрема скотарства. Основним напрямом дальшого розвитку скотарства і підвищення його економічної ефективності є інтенсифікація виробництва яловичини на основі формування власної кормової бази і підвищення рівня годівлі тварин, впровадження комплексної механізації й автоматизації виробничих процесів та переведення галузі на індустріальні технології, широкого використання високопродуктивних спеціалізованих порід худоби, пристосованих до машинної потокової технології, вдосконалення організації й оплати праці в умовах колективного підряду та орендних відносин. Перспективним напрямом підвищення конкурентоспроможності продукції рослинництва є інтенсифікація виробництва та експорту на інноваційній основі.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Ефективна інтеграція вітчизняної економіки у світове господарство може відбутися лише за рахунок досягнення високого рівня загальної конкурентоспроможності країни, регіону, галузі, конкурентоспроможності її господарюючих суб'єктів, а також конкурентоспроможності продукції та послуг, що виробляються вітчизняними підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках. Враховуючи провідну роль аграрного сектора у загальних показниках розвитку економіки, наразі важливим є підвищення

конкурентоспроможності на зовнішніх ринках саме аграрної продукції.

Формування та підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва в Україні належать до пріоритетних завдань національного економічного розвитку. Це визначається винятковим значенням аграрного підприємства у забезпеченні сталого розвитку аграрного ринку, здійсненні зовнішньоекономічних зв'язків, створення продовольчої безпеки держави. Значення конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери в умовах сучасної економіки незмінно зростає, набуває більшої необхідності насичення ринку сільськогосподарськими продуктами вітчизняного виробництва, покращення їх якості, розширення асортименту та визначає спроможність країни реалізовувати свою продукцію як усередині, так і поза країною.

Апробація підходів до управління конкурентоспроможністю агропродовольчої продукції при виході на зовнішні ринки була здійснена на прикладі ПСП “Троянівське”. Узагальнення прикладних аспектів діяльності ПСП “Троянівське” дозволило зробити висновок, що першочерговою проблемою низької конкурентоспроможності продукції підприємства є її висока собівартість, що зумовлено застосуванням застарілих технологій виробництва та виробничого обладнання. Важливою умовою підвищення економічної ефективності виробництва, забезпечення конкурентоспроможності продукції на ринку є зменшення витрат праці і виробничих ресурсів на її одиницю. Досягнення даної цілі забезпечується сукупністю основних напрямів використання внутрішньогосподарських резервів та інтенсифікацією виробництва на основі досягнень науково-технічного прогресу та розвитку ринкових відносин.

Представлені альтернативні стратегії конкурентного розвитку ПСП “Троянівське”, на наш погляд, дозволять керівництву виробити чітку модель стратегічної поведінки у напрямі забезпечення динамічного зростання бізнесу в умовах висококонкурентного швидкозмінного зовнішнього середовища. У цілому нові стратегії забезпечення конкурентоспроможності повинні переорієнтувати ПСП “Троянівське” зі шляху екстенсивного росту на якісно новий, інноваційний шлях, який дозволить вистояти у кризовий період і забезпечить надійну основу для успіху та ринкового домінування на період майбутнього зростання економіки.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Пронкіна Л. І. Конкурентоспроможність та якість продукції підприємств: взаємозв'язок змісту та управління / Пронкіна Л. І. // Економічна теорія та право. – 2015. – № 3. – С. 36-45 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua\\_etp\\_2015\\_3\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_etp_2015_3_5).
2. Уткіна Ю. М. Якісні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств / Уткіна Ю. М. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2019. – № 65. – С. 60-67.

3. Вовк М. Проблеми управління якістю на підприємствах в умовах входження України в ЄС / Вовк М. // Науковий вісник ЛНУ ветеринарної медицини та біотехнологій. Економічні науки. – Львів, 2016. – No 18(2). – С. 13-16.

4. Іванченкова Л. В. Якість продукції в системі факторів забезпечення конкурентоспроможності сучасного виробництва / Іванченкова Л. В., Стасюкова К. В. // Український журнал прикладної економіки. – 2019. Т. 4. No 2. – С. 67-75.

5. Валявський С. Управління якістю продукції на підприємстві в умовах входження України в ЄС / Валявський С. // Ефективна економіка. – 2015. – No 11. – С. 59-63 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2015\\_11\\_133](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_133).

6. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

7. Ковтун О. І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст / Ковтун О. І. – Львів: Коопосвіта, 2009. – 243 с.

8. Lupak R. L. Substantiation of the directions of structural reforms in the economy of Ukraine in the context of realization of the state region and branch policy of import substitution / Lupak R. L., Kunytska-Iliash M. V. // Інноваційна економіка. – 2017. – No 7-8 (70). – С. 39-45.

9. Куницька-Ляш М. В. Європейський досвід державного регулювання та підтримки розвитку аграрного сектору економіки та можливості його застосування в Україні / Куницька-Ляш М. В. // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Серія “Економічні науки”. – 2011. – Т. 13. No 4(50). Ч. 5. – С. 135-144.

10. Gryshova I. Y. Competitive position stability of agricultural sector of Ukraine at internal and external markets / Gryshova I. Y., Mityay O. V., Kuzhel V. V. // Actual Problems of Economics. – 2016. – No 3(177). – Pp. 66-72.

11. Лупак Р. Л. Державна політика імпортозаміщення в системі забезпечення економічної безпеки України: пріоритети та інструменти реалізації: монографія / Лупак Р. Л. – Львів: Вид-во ННВК “АТБ”, 2018. – 527 с.

12. Напрями підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору в умовах формування і функціонування ЗВТ і ЄС: монографія / За ред. Кваша С. С. – Київ: ВД “Кондор”, 2018. – 444 с.

## REFERENCES

1. Pronkina, L. I. (2015), Konkurentospromozhnist ta iakist produktzii pidpriemstv: vzaiemozv'iazok zmistu ta upravlinnia, Ekonomichna teoriia ta pravo, No 3, pp. 36-45.

2. Utkina, Yu. M. (2019), Yakisni aspekty zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv, Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, No 65, pp. 60-67

3. Vovk M. (2016), Problemy upravlinnia iakistiu na pidpriemstvakh v umovakh vkhodzhennia Ukrainy v YeS, Naukovyj visnyk LNU veterynarnoi medytsyny ta biotekhnolohij, Ekonomichni nauky, L'viv, No 18(2), pp. 13-16.

4. Ivanchenkova, L. V. and Stasiukova, K. V. (2019), Yakist' produktzii v systemi faktoriv zabezpechennia konkurentospromozhnosti suchasnoho vyrobnytstva, Ukrains'kyj zhurnal prykladnoi ekonomiky, Tom 4, No 2, pp. 67-75.

5. Valiavs'kyj S. (2015), Upravlinnia iakistiu produktzii na pidpriemstvi v umovakh vkhodzhennia Ukrainy v YeS, Efektyvna ekonomika, No 11, pp. 59-63.

6. Ofitsijnyj veb-sajt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

7. Kovtun, O. I. (2009), Konkurentospromozhnist' pidpriemstva: stratehichnyj kontekst, Kooposvita, L'viv, 243 s.

8. Lupak, R. L. and Kunytska-Iliash, M. V. (2017), Substantiation of the directions of structural reforms in the economy of Ukraine in the context of realization of the state region and branch policy of import substitution, Innovatsijna ekonomika, No 7-8 (70), s. 39-45.

9. Kunyts'ka-Iliash, M. V. (2011), Yevropejs'kyj dosvid derzhavnoho rehuliuвання ta pidtrymky rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky ta mozhlyvosti joho zastosuvannia v Ukraini, Naukovyj visnyk L'vivs'koho natsional'noho universytetu veterynarnoi medytsyny ta biotekhnolohij imeni S. Z. Gzhyts'koho. Seriiia “Ekonomichni nauky”., T. 13. No 4(50). Ch. 5., s. 135-144.

10. Gryshova, I. Y. Mityay, O. V. and Kuzhel, V. V. (2016), Competitive position stability of agricultural sector of Ukraine at internal and external markets, Actual Problems of Economics, No 3(177), pp. 66-72.

11. Lupak, R. L. (2018), Derzhavna polityka importozamischennia v systemi zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy: priorytety ta instrumenty realizatsii: monohrafiia, Vyd-vo NNVK “АТБ”, L'viv, 527 s.

12. Napriamy pidvyschennia konkurentospromozhnosti ahrarnoho sektoru v umovakh formuvannia i funktsionuvannia ZVT i YeS: monohrafiia, za red. Kvascha S. S. (2018), VD “Konдор”, Kyiv, 444 s.

*Стаття надійшла до редакції 9 липня 2021 року*