

УДК 339.137

DOI: 10.31359/2312-3427-2019-4-2-244

**А.М. Орел, канд. екон. наук, старш. викладач, докторант кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту**

<https://orcid.org/0000-0003-0823-3346>

[tatyanavlasenko2011@gmail.com](mailto:tatyanavlasenko2011@gmail.com)

**Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка**

## **РОЗРОБКА МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ**

*Для підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції необхідно розробляти й удосконалювати управлінський інструментарій формування та використання конкурентного потенціалу. Запропоновано класифікацію існуючих методів оцінювання конкурентного потенціалу з використанням таких критеріїв: за типом вихідних показників, в залежності від кількості об'єктів дослідження, за способом розрахунку, за методом розрахунку, в залежності від мети дослідження, за кінцевим результатом, за базою порівняння. Розроблений авторський методичний підхід до оцінювання конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу, який об'єднує внутрішні й зовнішні компоненти. Внутрішні складають структуру функціонального потенціалу й оцінювання конкурентних переваг. Оцінювання зовнішніх елементів передбачає статистичне дослідження економічних, соціальних і екологічних передумов формування і розвитку ресурсного потенціалу суб'єктів агробізнесу. Аналіз зовнішнього ринкового потенціалу передбачає розрахунок трендів динаміки внутрішніх і зовнішніх ринків за основними типами продуктів рослинництва. Аналіз зовнішнього середовища опосередкованого впливу передбачає дослідження чинників макроекономічного середовища в контексті їх сприяння або обмеження розвитку конкурентного потенціалу досліджуваних суб'єктів.*

**Ключові слова:** конкурентний потенціал, ринковий потенціал, ресурсний потенціал, суб'єкти агробізнесу, критерії класифікації.

**Постановка проблеми.** Управління будь-яким об'єктом вимагає від суб'єкта впливу крім розробки та впровадження системи відповідного

управлінського інструментарію, імплементацію належної системи вимірювання, яка виступає як основне джерело необхідної інформації для прийняття належних управлінських рішень, а також як орієнтир у постановці цілей розвитку суб'єкта господарювання.

Конкурентний потенціал підприємства, на відміну від традиційних суміжних понять, таких як: потенціал підприємства, ресурсний потенціал, стратегічний потенціал тощо, варто розглядати як порівняно нову економічну категорію, розвиток і дослідження якої дозволить вітчизняним аграрним підприємством значно підвищити рівень конкурентоспроможності власної продукції, посилити свою конкурентну позицію на вітчизняному та зовнішньому ринках й забезпечити довготривале успішне стає функціонування. Дослідження методів оцінки конкурентного потенціалу аграрних підприємств дозволяє виявити їх специфічні риси, врахувати переваги й недоліки, що покращить стан не тільки окремих суб'єктів господарювання, але й галузі в цілому, яка наразі виступає провідною сферою в народному господарстві України. Це обумовлює та підтверджує актуальність дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження цієї галузі вже проводилися рядом дослідників, серед яких варто виокремити праці таких авторів як: Амосов О. Ю., Бедін О. В., Федонін О.С., Репіна І.М., Кириченко О.М., Ковалёв В. В., Косянчук Т. Ф., Кунцевич В. О., Лаврова Ю., Матвеев В.В., Мігдальський А. В., Олексюк О. І., Сачинська Л.В., Семененко С. В., Пилипук А. В., Пелішенко В. П. [1-13] та інших. Незважаючи на отримані науковцями результати, оцінювання конкурентного потенціалу суб'єктів аграрного бізнесу вимагає подальшого розвитку та вдосконалення.

**Формулювання цілей статті.** Розробити авторський підхід до оцінювання конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Побудова ефективної моделі оцінювання об'єкту дослідження вимагає вирішення ряду методологічних питань: визначення мети дослідження, вибір підходу до оцінювання, обґрунтування множини базових показників, їх типу та підходів розрахунку, визначення методичного підходу до проведення оцінювання, безпосереднє проведення розрахунку, аналіз і інтерпретація результатів.

В роботі Я.Ю. Саліхова [10] представлено основні функції аналізу конкурентного потенціалу і його задачі. В якості функції автор пропонує оцінювати ресурсний потенціал, фінансовий стан і результати, ефективність, ділову активність – тобто чинники, які обумовлюють його

зростання; визначати чинники й причини поточного стану; готувати управлінське рішення та визначати мобілізацію резервів на зростання й збільшення конкурентного потенціалу. В якості завдань розглядається оцінка ділової активності, фінансової стійкості, інноваційної діяльності, ефективності використання ресурсів, рівня компетенції персоналу й дослідження ринкової кон'юнктури.

Враховуючи складність об'єкта дослідження, оцінювання конкурентного потенціалу повинно відповідати меті наукового пошуку. На відміну від виключно теоретичних досліджень, де науковий потенціал має цінність як самостійна наукова категорія, під більшості наукових розробок він виступає основою розробки напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції. Відповідно його аналіз і діагностика мають забезпечувати прийняття управлінських рішень щодо вдосконалення безпосередні бізнес-процесів, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності продукції підприємства в цілому. Для вітчизняних аграрних підприємств до традиційних завдань оцінювання конкурентного потенціалу варто додати його вирішальну роль у нарощення експортного потенціалу, так як ця галузь у порівнянні з іншими в структурі національної економіки України має конкурентні переваги, обумовлені переважно потужним ресурсним потенціалом, незадовільний стан якого через виснажливу політику використання ґрунтів вимагає перегляду загальнонаціональної стратегії розвитку аграрного сектору, особливо в розрізі державного втручання. Другою проблемою залишається соціальна інфраструктура, нерозвиненість і частковий занепад якої на селі виступає загрозою для формування й подальшого розвитку кадрової складової конкурентного потенціалу аграрних підприємств. Відповідно мета аналізу конкурентного потенціалу аграрних підприємств вимагає поєднання економічних цілей з соціальними й екологічними. Безпосередньо для підприємства оцінювання має виступати основним джерелом прийняття управлінських рішень, що передбачає необхідність розробки методичного підходу, який би дозволяв виявити вузькі місця й невикористані резерви. Інший аспект аналізу зовнішнього середовища передбачає дослідження ринків збуту, логістичної інфраструктури й класичних 5 сил конкуренції для виявлення перспективності використання можливості інтеграції у вертикальному чи горизонтальному напрямках. Отже, цілі розробки методичного підходу до оцінювання конкурентного потенціалу аграрних підприємств мають відповідати його структурі, описаній і доведеній в попередні дослідження автора.

Розглянута структура конкурентного потенціалу, яка об'єднує ресурсний, потенціал підприємства й ринковий, обумовила виникнення чисельних підходів до його оцінюванням. Найчастіше виокремлюють [3, 7, 8, 10] ресурсний, результативний, функціональний, резервний, змішаний. Перший передбачає аналіз за структурними елементами по типам ресурсів. Результативний підхід передбачає спроможність наявні ресурси переробляти для отримання готової продукції. Функціональний підхід також передбачає аналіз структури, але не за типами ресурсів, а за сферами діяльності підприємства: основними й допоміжними. Резервний підхід – це дослідження невикористаних сильних сторін діяльності підприємства або можливостей зовнішнього середовища. Змішаний підхід передбачає об'єднання окремих із зазначених.

В процесі розробки методичних підходів використовуються різноманітні показники, методи їх узагальнення й характер надання кінцевих результатів, що формує множину варіацій здійснення оцінювання. За характером вихідних показників методи розподіляються на критеріальні й експертні [7, 8, 11, 13]. Перші передбачають використання кількісних індикаторів, які розраховується на основі даних статистичної і податкової звітності, даних управлінського обліку, результатів безпосередніх спостережень. Вони відрізняються високим рівнем достовірності, але, нажаль, через обмеженість можливості проведення вимірювання всіх процесів функціонування підприємства, що обумовлено високою їх вартістю, можливість застосування таких показників є дуже вузькою. Крім того у порівняльному характері отримання достовірної інформації про конкурентів у кількісному вимірі найчастіше є неможливим. Експертні методи відрізняються можливістю охоплення будь-яких процесів оцінювання, але їх суб'єктивізм виступає їх найголовнішим недоліком. В роботі [1] такий підходи до класифікації методів розглядається з позиції двох критеріїв: перший стосується суб'єктивності та об'єктивності оцінки, а другий характеру використаного показника, до яких відносять абсолютні відносні й нормативні. Фактично цей характер обумовлює класифікацію вихідних кількісних показників. Відносні показники дозволяють оцінювати ступінь ефективності використання окремих ресурсів, досягнення бажаних цілей – тобто їх значення дають можливість оцінити безпосередньо обраний об'єкт дослідження, де базою порівняння можуть слугувати параметри попередніх періодів або прогнозні значення. Абсолютні показники відрізняється перевагою у визначенні безпосередньо економічних результатів діяльності, який виражається в обсягах виробництва,

отриманому прибутку, освоєних інвестиціях тощо. Недоліком цих показників є неможливість порівняльної характеристики, крім визначення загальної динаміки на основі даних попередніх періодів. Натомість ці показники у порівнянні з конкурентами дозволяють односпайно визначати конкурентний статус досліджуваного об'єкта та порівнювати їх конкурентні потенціали. Перевагою нормативних показників є наявність «опорного значення» як орієнтиру, ступінь досягнення якого дозволяє оцінювати конкурентний потенціал. Відповідно в ході обґрунтування переліку вихідних показників за критеріальним або експертним підходом необхідно дотримуватися гомогенності індикаторів при розрахунку інтегральних значень для отримання несуперечливих висновків.

Іншим аспектом класифікації підходів є відображення кінцевих результатів [1, 7, 8], що передбачає графічні, математичні або логістичні (формалізовані) методи. Перевагою графічних методів є їх простота в інтерпретація отриманих результатів, але відсутність кількісного відображення пошукових параметрів знижує вигідність прийняття ефективних управлінських рішень, що дозволяє розглядати їх як додаткові або допоміжні основного дослідження. Математичні методи передбачають проведення розрахунків на основі критеріальних або експертних вихідних показників. Ця множина методів в наш час, враховуючи потужний інструментарій економіко-математичного моделювання з використанням комп'ютерного програмного забезпечення, є досить великою і спроможна задовольнити потреби більшості цілей дослідження. Логістичні методи використовуються, коли пошукова задача є складною для формалізації, до цих методів можна віднести сценарний моделювання, імітаційне моделювання, використання інструментарію теорії нечітких множин тощо. Зміст цих методів полягає у формулюванні початкового опису сфери дослідження, детермінацію каузальних причинно-наслідкових зв'язків між явищами, визначення структуру цієї сфери, проведення інтерактивних процедур розрахунків з використанням експертних суджень або формулювання логічних висновків щодо можливих сценаріїв розвитку подій.

Іншим критерієм класифікації методів оцінювання виступає спосіб, за яким виокремлюють індикаторні та матричні методи. Перші передбачають використання системи параметрів, які описують об'єкти дослідження. При оцінюванні об'єкта лише з одним конкурентом застосовується метод різниць, що дозволяє визначити позицію досліджуваного об'єкта й кількісний вимір розриву. Коли в аналізі використовується множина конкурентів, визначається їх ранги за

множиною індикаторів, що дозволяє побудувати рейтинг, який охоплює весь діапазон станів від лідерів до аутсайдерів. В матричних методах поєднується два або більше критеріїв (не більше трьох традиційно), які порівнюють найближчих конкурентів за ключовими параметрами боротьби на ринку, в якості яких можуть виступати життєві цикли товарів, технології, частки ринку, зростання ринку тощо. Ці методи є дуже популярними в західноєвропейській і американській парадигмі стратегічного менеджменту, які успішно застосовується до аналізу зовнішнього середовища й обґрунтування ключових стратегій розвитку підприємства.

Ю. Лаврова [7] пропонує ще одну класифікацію методів за базою порівняння, В рамках якої виокремлено нормативний, рейтинговий індексний методи. В рамках першого передбачається орієнтація на нормативи, призначення яких описано вище. Ключовою проблемою цього методу варто визнати відносність нормативів, значення яких може суттєво змінюватися в залежності від параметрів зовнішнього середовища (соціально-економічні системи різних рівнів розвитку, які відображають розвинуті країни та такі, що розвиваються) або фаз економічного циклу. Рейтинговий метод передбачає порівняння з еталоном з урахуванням структури об'єкта оцінювання, а індексний передбачає переважно аналіз ресурсу забезпеченості без врахування структури.

Досить вдала спроба узагальнити чисельні авторські підходи до оцінювання конкурентного потенціалу представлені в роботі С.В. Семененко [12], де автор розподілив методологічні підходи за 2 категоріями: предметно-функціональні й об'єктно-інтегральні. До першої групи він відніс ресурсний, результативний, управлінський, резервний, вартісний, матричний, ринковий, факторний і порівняльний підходи. А до другого – структурно-аналітичний, проблемно-аналітичний, конкурентностатусний, аналітико-ієрархічний, багатокритеріальний і комплексно-комбінований. Сам автор пропонує еволюційний підхід, який передбачає зростання потенціалу у кількісній мірі поряд із якісними змінами, які забезпечують його нову якість на основі системного підходу, що передбачає ґрунтування на законах онтогенезу, синергії і самозбереження. Ключові положення підходу такі [12, с. 99]: системний розвиток конкурентного потенціалу обумовлюється взаємозв'язками його структурних компонент, життєвий цикл конкурентного потенціалу знаходиться під впливом конкуренції, орієнтація на інтенсивне використання ресурсів за рахунок переходу від кількісного зростання до якісного ресурсного розвитку, визначення резервів джерелом розвитку, а

не зростання, перехід конкурентних переваг підприємства в її ключові компетенції, еволюційний перехід фактичної конкурентоспроможності в стратегічну, який зумовлений взаємозв'язком реалізованої й резервної компонент конкурентного потенціалу.

Останній критерій класифікації, який вартує уваги – це розподіл підходів на статичні і динамічні [1], або одномоментні й стратегічні [7].

Крім розглянутої класифікації за множиною критеріїв існує велика чисельність методів стратегічного менеджменту, які можуть бути ефективно використані в оцінюванні конкурентного потенціалу. До найбільш розповсюджених відносять такі методи: розповсюджений SWOT-аналіз, XYZ-аналіз, ABC-аналіз, STEP-аналіз, PEST-аналіз. Крім цих виокремлюють такі: модель конкурентної переваги М. Портера; модель продукт-ринок (І.Ансоффа); модель накопиченого досвіду; модель ЖЦП (життєвого циклу продукту); модель ЖЦТ (життєвого циклу технологій). До матричних належить: модель БКГ; метод «Мак-Кінзі»; модель Shell/DPM; модель Хофера/Шенделя; метод ADL; метод PIMS. І. Методи, які характеризують рівень менеджменту підприємства: метод комплексного стратегічного аналізу SWOT; метод комплексного стратегічного аналізу SPACE; метод LOTS; метод експертного оцінювання; метод картування стратегічних груп. Порівняльна характеристика запропонованих методів детально представлена в роботі [5].

Крім критеріїв класифікації існує ряд авторських моделей оцінювання конкурентного потенціалу.

В роботі Ю. Лаврової [7] надано результати аналізу конкурентного потенціалу готелів міста Харкова за 4 складовими: організаційною, іміджевою, виробничою з фінансовою і маркетинговою. Використовуючи методiku [6] автор побудувала квадрат потенціалів, визначивши не лише рівень кожної складової, але і їх збалансованість. Цей підхід частково відображає принцип «Парето ефективності», зазначений вище. Також варто зауважити, що в дослідженні автор поєднує кількісні та якісні показники для оцінювання різних складових.

В роботі В.П. Пелішенко [9] запропоновано аналіз конкурентного потенціалу санаторно-курортних підприємств за такими складовими: потенціал менеджменту, рекреаційний, фінансовий, маркетинговий, іміджевий, інноваційний потенціали. Отримані результати разом з визначенням рівня привабливості санаторно-курортних закладів використано для детермінації зон стратегічного пріоритету інвестування. Спати звернути увагу, що в запропонованій автором моделі структури

конкурентного потенціалу, крім зазначених складових, включено конкурентні переваги.

Оцінювання конкурентного потенціалу переробного підприємства запропоновано в роботі [4], де в якості мети визначено досягнення цільових параметрів господарської діяльності. Структуру досліджуваного потенціалу представлено такими складовими: фінансовий потенціал, потенціал ділової активності й управління бізнес-процесами, ринковий, кадровий та інноваційний потенціал. Кожна складова відображена кількісними показниками із відповідними ваговими коефіцієнтами, а інтегральний показник враховує значення складових із їх ваговими коефіцієнтами. Значну увагу в дослідженні автор надає оцінці й аналізу ринкового потенціалу: відповідно до його рівня ставляться цілі вдосконалення конкурентного потенціалу, враховуючи стан його складових.

Отже, всю множину критеріїв класифікації методичних підходів варто класифікувати за такими критеріями. За типом вихідних показників розділяють критеріальні й експертні моделі, в основу яких покладено відповідно кількісні та якісні індикатори. Серед кількісних показників, в свою чергу, виокремлюють відносні, абсолютні і нормативні. В залежності від кількості об'єктів дослідження виокремлюють двоскладові й багатоскладові. За способом розрахунку існують моделі різниць, рейтингу та змішані (таксономічний аналіз). Багаточисельною виступає група класифікації за методами розрахунку, представлена графічними, математичними і логістичними типами. Приклади логістичних методів представлено вище, а множина математичних методів об'єднує факторний, кластерний, кореляційний, регресійний, дискримінантний та інші види аналізу, які залежать від мети дослідження та визначеної структури об'єкта. В залежності від мети дослідження оцінювання передбачає безпосереднє визначення рівня конкурентного потенціалу обраного підприємства у порівнянні з конкурентами, пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства або детермінацію частини іншого дослідження. За кінцевим результатом методи бувають одиночні, інтегральні й матричні. Перші передбачають використання одного показника, яким найчастіше виступає вирішальний параметр, як наприклад частка ринку. Інтегральні передбачають розрахунок узагальнюючої ознаки на основі часткових індикаторів, часто із відповідною вагою показника. Матричні методи передбачають використання двох або трьох ключових параметрів, зазначенням яких класифікуються досліджувані об'єкти. За базою порівняння пропонуємо розподіляти еталонні, нормативні, індексні

методи та «кращого досвіду». В якості еталону може використовуватися реальний об'єкт за найкращими параметрами або умовний. Індексні методи передбачають використання середніх значень за параметрами. Кращій досвід відрізняється вибором прикладу за окремими параметрами оцінювання.

Таким чином, на основі проведеного узагальнення існуючих критеріїв класифікації та моделей оцінювання конкурентного потенціалу варто представити авторський методичний підхід. Відповідно до розробленої структури конкурентного потенціалу аграрних підприємств оцінювання повинно включати внутрішні й зовнішні компоненти. Внутрішні стосуються функціонального потенціалу, який об'єднує кадровий, інноваційний, маркетинговий, виробничий, організаційно-управлінський, фінансовий. Кожна із цих складових відображається множиною кількісних показників, вагомість яких встановлюється експертним шляхом. Серед яких такі як: розмір витрат виробництва на гривню валової продукції, коефіцієнти рентабельності, параметри матеріалоємності, розміри валового й чистого доходу на 1 гектар угідь, продуктивність праці, питома вага інноваційної продукції, питома вага доходу від експорту, доля на внутрішньому ринку тощо. Вагомість кожної складової також оцінюється експертним шляхом із паралельним розрахунком узгодженості думок експертів, що передбачає визначення коефіцієнта конкордації Кендала. Базою порівняння виступають сільськогосподарські підприємства Харківської області. Враховуючи чисельність форм власності й організаційно-правових форм, а особливо масштаби діяльності, в залежності від яких діапазон значень ключових індикаторів сильно варіюється, аналіз доцільно проводити в групах, сформованих в результаті кластеризації, із значно нижчим рівнем розбіжності між об'єктами дослідження.

Важливим елементом ефективності конкурентного потенціалу є забезпечення його збалансованості. Окремі шляхи реалізації цього завдання представлені в роботах [6, 7], недоліком яких є виключно графічне представлення отриманих результатів. Для вирішення цього питання необхідно запропонувати розрахунок аналітичного показника. В результаті оцінювання конкурентного потенціалу за складовими проміжними значеннями виступають отримані оцінки. В рамках авторського підходу до оцінювання конкурентного потенціалу пропонується використання рейтингового методу порівняння з конкурентами, де визначення еталону передбачає вибір умовного підприємства із найвищими значеннями показників серед досліджуваних.

Отже, найкраще значення буде дорівнювати одиниці при попередньому нормуванні вихідних ознак. Всі інші значення складових визначатимуть долю від одиниці. Відповідно при наявності високого рівня однієї складової у порівнянні з іншими, загальна результативність не досягається традиційною адитивною згортокою, що вимагає врахування цього аспекту в рамках дослідження. Показником збалансованості варто визнати рівень середнього квадратичного відхилення інтегральних значень за обраними складовими. Кінцеве значення конкурентного потенціалу досліджуваних об'єктів формується на основі позиціонування підприємства на матриці розміщення за двома параметрами: розрахованим інтегральним значенням за всіма складовими з урахуванням їх вагомості й значенням коефіцієнту збалансованості, вираженим рівнем середнє квадратичного відхилення.

Додатковим елементом аналізу внутрішнього конкурентного потенціалу виступають конкурентні переваги, в рамках дослідження яких необхідно визначати забезпечення їх розвитку шляхом використання наявного конкурентного потенціалу. Рівень взаємодії із зовнішнім середовищем варто розглядати в контексті детермінант впливу «національного ромба» М. Портера на формування конкурентних переваг.

Зовнішня складова ресурсного потенціалу повинна оцінюватися з врахуванням соціальної та екологічної направленості, що передбачає аналіз рівня розвитку соціальної інфраструктури досліджуваної території і екологічного стану сільськогосподарських угідь. Крім цих аспектів необхідно розглядати економічні передумови розвитку ресурсів функціонування аграрних підприємств. Аналіз цих параметрів доцільно здійснювати, використовуючи статистичні дані. Наступним елементом оцінювання зовнішнього середовища є опосередкований вплив чинників, які створюють умови для формування й використання конкурентного потенціалу, до яких традиційно відносять рівень економічної і політичної стабільності, регуляторний вплив держави, податковий тиск, привабливість інвестиційного клімату тощо. Цей аналіз передбачає виключно експертне оцінювання, яке при поєднанні із імітаційним і сценарним моделювання дає можливість реально визначати рівень сприятливості зовнішнього середовища для діяльності підприємства в цілому й використання конкурентного потенціалу. Безпосередній аналіз ринкової зовнішньої компоненти конкурентного потенціалу передбачає аналіз часових рядів динаміки виробництва основних сільськогосподарських культур, так як переважна більшість сучасних аграрних виробництва зосереджена виключно на рослинництві. Крім того

для обґрунтування зовнішньоекономічних напрямів аналогічний аналіз доцільно проводити за культурами в глобальному масштабі.

**Висновки.** На основі проведеного дослідження шляхом узагальнення існуючих критеріїв і підходів до класифікації методів оцінювання конкретного потенціалу була запропонована авторське бачення вирішення проблеми. Для аграрних підприємств запропоновано оцінювання внутрішніх і зовнішніх компонентів конкурентного потенціалу. Структуру внутрішнього потенціалу, який визначається як функціональний, запропоновано розглядати в розрізі таких складових: кадровий, інноваційний, маркетинговий, виробничий, організаційно-управлінський, фінансовий, кожна з яких відображається окремою сукупністю кількісних ознак із належним рівнем вагомості, оціненою з використанням експертних підходів, де узгодженість думок визначається шляхом розрахунку коефіцієнта конкордації Кендала. З метою детермінації збалансованості рівнів окремих складових запропоновано розраховувати середнє квадратичне відхилення. Поєднання цих двох показників в матричній формі дозволяє одностайно визначити внутрішній конкурентний потенціал досліджуваних підприємств. Додатковий аналіз внутрішньої компоненти передбачає оцінювання конкурентних переваг в контексті забезпечення їх розвитку існуючим конкурентним потенціалом. Оцінювання зовнішнього середовища передбачає опосередкований вплив чинників, представлених групами за характером їх природи. Аналіз зовнішньої ресурсної компоненти в рамках конкурентного потенціалу передбачає, відповідно до ланцюга цінності у створенні доданої вартості, статистичний аналіз соціальних, екологічних і економічних передумов формування й розвитку ресурсів, які виступають базою діяльності сільськогосподарських підприємств. Останнім елементом оцінювання виступає зовнішня ринкова складова, аналіз якої вимагає побудови часових рядів динаміки зміни обсягів внутрішнього і зовнішнього ринків за окремими культурами рослинництва. Отримані результати дослідження виступають базою прийняття управлінських рішень щодо розвитку конкурентного потенціалу і підвищення конкурентоспроможності продукції.

#### **Бібліографічний список.**

1. Амосов О.Ю. Оцінка потенціалу конкурентоспроможності як основного аспекту розвитку підприємства. Економіка та управління підприємством. 2011. № 3. С. 79–84.

2. Кириченко О.М., Мігдальський А.В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2017. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5428> (дата звернення: 15.09.2019).
3. Ковалёв В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. М.: Финансы и статистика, 2002. 560 с.
4. Конкурентный потенциал перерабатывающих предприятий АПК / А. В. Пилипук [и др.]; под ред. В. Г. Гусакова. Минск : Беларус. навука, 2012. 217 с.
5. Косянчук Т.Ф. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства. Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Економіка. 2013. Вип. 23. С. 51-54.
6. Кунцевич В.О. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінки. Актуальні проблеми економіки. – 2004.– №7(37). – С. 123–130.
7. Лаврова Ю. Оцінка конкурентного потенціалу підприємства. Економічний аналіз. 2013 рік. Випуск 12. Частина 3. С. 231-235.
8. Матвеев В.В. Методи оцінки конкурентного потенціалу підприємства. Ефективна економіка. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2630> (дата звернення: 15.09.2019).
9. Пеліщенко В.П. Теоретико-методичні підходи оцінки рівня конкурентного потенціалу санаторно-курортних підприємств. Вісн. Бердян. ун-ту менеджменту і бізнесу. 2015. № 3. С. 46-53.
10. Салихова Я.Ю. Конкурентный потенциал предприятия: сущность, структура, методика оценки : учеб. пособ. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. 52 с.
11. Сачинська Л.В., Бедін О.В. Формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та його оцінка. Економічні науки. Серія : Облік і фінанси. Збірник наукових праць. Луцьк : ДВНЗ Луцького національного технічного університету, 2012. URL: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/en\\_oif/2012\\_9\\_3/33.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2012_9_3/33.pdf). (дата звернення: 15.09.2019).
12. Семененко С. В. Конкурентный потенциал торговой организации: теоретико-методологические основы формирования, методический инструментальный исследования, концепция развития: диссертация ... доктора экономических наук: 08.00.05; Белгородский университет кооперации, экономики и права АНОВПО. Белгород, 2014. 401 с.

13. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

**Орел. А.М. Разработка методические подходы к оценке конкурентного потенциала субъектов агробизнеса.** Для повышения уровня конкурентоспособности отечественной продукции необходимо разрабатывать и совершенствовать управленческий инструментарий формирования и использования конкурентного потенциала. Предложена классификация существующих методов оценки конкурентного потенциала с использованием следующих критериев: по типу исходных показателей, в зависимости от количества объектов исследования, по способу расчета, по методу расчета, в зависимости от цели исследования, по конечному результату, по базе сравнения. Разработан авторский методический подход к оценке конкурентного потенциала субъектов агробизнеса, который объединяет внутренние и внешние компоненты. Внутренние включают структуру функционального потенциала и оценку конкурентных преимуществ. Оценка внешних элементов предусматривает статистическое исследование экономических, социальных и экологических предпосылок формирования и развития ресурсного потенциала субъектов агробизнеса. Анализ внешней рыночного потенциала предполагает расчет трендов динамики внутренних и внешних рынков по основным типам продуктов растениеводства. Анализ внешней среды косвенного влияния предполагает исследование факторов макроэкономической среды в контексте их содействия или ограничения развития конкурентного потенциала исследуемых субъектов.

**Ключевые слова:** конкурентный потенциал, рыночный потенциал, ресурсный потенциал, субъекты агробизнеса, критерии классификации.

**Orel A.M. The methodical approach development to estimating the competitive potential of agro-business entities. The purpose of the article.** In order to increase the competitiveness level of domestic products, it is necessary to develop and improve management tools for the formation and use of competitive potential. It is necessary to propose a methodological approach that allows the comprehensive assessment of the competitive potential of agribusiness subjects given the structure of the research object, which combines internal and external elements to the enterprise.

**Methodology.** The analysis of existing methodological approaches to the methods classification for assessing competitive potential was performed using the methods of analysis and synthesis, logical generalization and morphological decomposition.

**Results.** It is proposed to classify existing methods of competitive potential assessment using the following criteria: by type of output indicators, by the number of study objects, by calculation way, by calculation method, depending on the study purpose, by the end result and by comparison base. The author has developed a methodological approach to assessing the competitive potential of agribusiness entities, which combines internal and external components. Internal make up a structure of functional potential, which combines personnel, innovation, marketing, production, organizational, management and financial components. The evaluation is proposed to be carried out on quantitative indicators, the weight of which, as well as of the components as a whole, is determined by expert means. In order to measure the consistency of the experts' opinions, it is suggested to calculate the coefficient of concordance. Agribusiness entities, pre-clustered by scale of activity, are the objects of study. The integral value of competitive potential is determined on the basis of the specific weights of the components and their calculated estimates. It is proposed to determine the balance of individual components of competitive potential by calculating the root mean square deviation of the selected study objects. On the basis of the obtained values of two indicators: the integral level of competitive potential and the indicator of equilibrium, a matrix is constructed on which the subjects of agribusiness are placed.

Assessment of external elements involves a statistical study of the economic, social and environmental prerequisites for the formation and development of the resource potential of agribusiness entities. Analysis of external market potential involves the trends calculation of internal and external markets by major types of crop products. Analysis of the external environment of indirect impact involves the macroeconomic factors study in the context of their promotion or limit the competitive potential development of the studied subjects.

**Keywords:** competitive potential, market potential, resource potential, agribusiness entities, classification criteria.

*Стаття надійшла до редакції: 20.10.2019 р.*