

2011	16,2	14333,9	1079,9	324,7	10489,1	2440,2
2012	17,4	11480,6	1196,3	47,0	8051,8	2185,5
2013	16,8	9562,6	1638,5	87,0	5546,3	2290,9

Therefore, because of a low proportion of domestic industrial enterprises that implement innovations, we have, respectively, a small amount of implemented innovative products from the total volume of industrial goods.

According to the statistical observation conducted by the State Statistics Committee of Ukraine, it was determined that the shortage and underdevelopment of modern forms of financing and state regulation are the main factors hampering the introduction of the latest technologies and achievements of scientific and technological development [3]. As a result, such tendency weakens the competitive position of domestic enterprises - producers of various goods and services, and, accordingly, reduced occupied shares on international market.

Today, there is a low level of state activity in stimulating innovation processes and support of high-tech industries. This led to extremely negative structural changes in the economy: the decline of high-tech enterprises and the domination of low-tech - raw materials.

Innovation activity in the state is one of the main directions expansion and increase of capital investments, introduction of new technologies at enterprises on the basis of scientific and technological progress, which determines the regulation of economic development, significant increase in its efficiency [4]. Today, the economic conditions induce radical revision of the technical, technological, innovative, financial and enterprise taxation systems, engaged in innovation activities.

The formation of an innovation-investment model of the economy it is impossible without the state to use a set of incentives. This is due to the fact that investment in innovation is associated with additional risk, so the expected profit should compensate for it. Except that, various forms of state support are called to "cheapen" the value of investment in innovation, which becomes an additional incentive for investors in the decision-making process. Insufficient financial support, underdevelopment of the legislative framework, low level of development of innovation infrastructure - these and other factors hinder the innovation and investment development of our state.

#### Література.

1. Маргіта Н. О. Проблеми та перспективи впровадження інноваційно-інвестиційної моделі економічного розвитку в Україні / Н. О. Маргіта // Наук. вісн. Ужгород. ун-ту. – 2013. – Вип. 41. – С. 89–93. – Серія: Економіка.
2. Статистичний щорічник України / Державна служба статистики України ; за ред. О. Г. Осауленка. – К., 2013. – 546с.
3. Лобас І. В. Особливості інноваційно-інвестиційної політики України [Електронний ресурс] / І. В. Лобас // Державне управління: теорія та практика. – К. : НАДУ, 2011. – № 2. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej14/txts/Lobas.pdf>
4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. – К. : Держ. служба статистики України, 2013. – 287 с.



ДОВГОПОЛ Є.О.\*

Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка

## ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ РИНКУ ДЛЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Ринок є складною та динамічною економічною системою, функціонування якої відбувається в певному мікро-, мезо- або макроекономічному середовищі і являє собою систему відносин між

\* Науковий керівник – Мандич О.В., д.е.н., доцент

окремими учасниками або операторами ринку при реалізації процесів виробництва, обміну та споживання, тобто між виробничими структурами, посередницькими організаціями та кінцевими споживачами. Ринок, як економічна система, пройшов шлях зародження в кілька тисячоліть. Розвиваючись, змінюючись, проходячи шлях пристосування до різних часів й різних умов, ринок повністю доводить життєдіяльність і демонструє, що є не штучною сконструйованою схемою. Ринок є системою, складною економічною категорією, яка формується пряд з історичним розвитком цивілізацій і займає провідне становище в системі світової економіки.

Наразі, існує значна кількість тлумачень щодо економічної сутності категорії ринку, кожна з яких з різних боків виокреслюють його особливості. Крім того, виокремлення значущості формування та функціонування аграрного ринку, зокрема, його сировинного сегменту, займає вагому частку проведення досліджень, як провідних зарубіжних, так і вітчизняних авторів. Однак, існуючі теоретичні положення та результати досліджень часто викликають дискусійні положення щодо виокремлення та формування архітектури даного об'єктового ринку. Це спричинено невідповідністю вже сформованих в його масштабах зв'язків, як між всіма учасниками, так і між окремими операторами. При чому, в переважній більшості, вони розпочинаються в межах аграрного ринку з подальшим переходом до агропродовольчого сегменту і повністю пов'язані з продовольчим сегментом ринку. Наслідком цього є можливість проведення дослідження взаємозалежностей між функціями операторів сировинного сегменту аграрного ринку та загального ринку продовольства. Але це є не досить можливим через велику кількість не лише теоретичних здобутків науки, а й через існування особливих практичних передумов у функціонуванні всіх його учасників.

На сучасному етапі розвитку, існує багато теоретичних напрацювань щодо виокремлення не лише аграрного ринку чи по видам продукції на ньому, а й у його складі окремих об'єктових ринків, що в подальших дослідженнях безпосередньо впливає на сегментування та формування цільових ринків. Однак існуючі результати досліджень не повною мірою відображають обґрунтування останнього для повного аналізу діяльності і деякі питання формування аграрного ринку залишаються дискусійними.

Історичний досвід та розвиток суспільства свідчить про наступне. Динамічний рух ефективної економічної системи, що орієнтовано на критерій результативності та здатність до самостійного регулювання, має відбуватись, зазвичай, на базисі ринкових відносин. Формування ринкових відносин відбувалось в процесі зародження та постійного розвитку товарного виробництва. Тому причини існування ринку криються у причинах товарного виробництва і є його неодмінним і найважливішим елементом. Головною тенденцією розвитку товарного виробництва було подальше його розширення.

Як явище господарського життя ринок з'явився багато століть тому, що було спричинено історичним розвитком процесів виробництва і обміну товарів або послуг.

В працях П. Самуельсона наведено визначення ринку як економічного явища. «Ринок – це механізм, через який покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну і кількість товару» [2]. Дещо схоже визначення ринку дає К. Макконел. «ринок – це просто механізм або пристосування, що здійснює контакт між покупцями, або пред'явниками попиту, і продавцями, або постачальниками товару чи послуг» [2]. Відомий американський маркетолог Ф. Котлер зазначає, що ринок – є сукупністю існуючих і потенційних покупців товару [2].

В світовій економічній науковій літературі виділяють багато визначень категорії ринку, які в повному осязі розкривають його багатогранність. До найбільш значущих в економічній практиці можна віднести наведені напрями.

Теоретики-науковці, що зацікавлені раціональною економікою представляють, що ринок є механізмом саморегуляції. Прихильники ж теорії макроекономіки та політекономії наводять ринок як систему економічних відносин між та покупцями продавцями в процесах обміну. З точки зору теорії маркетингу, ринок слід розуміти як місце, де реалізують товари або взаємодія між учасниками ринкових процесів. Вищевикладене дозволяє сформулювати авторське визначення поняття ринку, як економічної категорії.

Ринок є складною та динамічною економічною системою, функціонування якої відбувається в певному мікро-, мезо- або макроекономічному середовищі і являє собою систему відносин між

окремими учасниками або операторами ринку при реалізації процесів виробництва, обміну та споживання, тобто між виробничими структурами, посередницькими організаціями та кінцевими споживачами. При чому до особливостей формування агросировинного сегменту віднесено виокремлення його операторів через об'єктову складову, а сутнісні характеристики розкриваються через його відповідну архітектуру. Враховуючи те, що продукція сільського господарства є, здебільшого, сировинною і реалізується аграрними підприємствами без поглибленої переробки, то основною цільовою аудиторією та кінцевими споживачами на внутрішньому ринку є переробні підприємства та експортери сільськогосподарської продукції.

Дослідження кон'юнктурних та динамічних характеристик аграрного ринку, результативності діяльності аграрних підприємств на цільових ринках збуту продукції, їх конкурентних позицій та рівня конкурентоспроможності за доступними статистичними даними та результатами спостережень доцільно здійснювати саме на рівні сировинної продукції, адже порівняння результатів реалізації сільськогосподарської сировини з товарами більш глибоких ступенів переробки не є інформативним. Ми вважаємо, що операторів аграрного ринку слід розмежовувати відповідно до об'єктової складової [3, 4].

#### Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: Дон ДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5.– Х:ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
3. Іващенко О.В. Формування прибутку с сільськогосподарських підприємствах / О.В. Іващенко // Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». Вип. 4 (35). – Суми : СНАУ, 2009. – С. 71-76.
4. Мандич О.В. Основні фактори формування ринкової позиції зерновиробників / О.В. Мандич // Вісник ХНТУСГ. Випуск 149. – Харків : ХНТУСГ, 2014. – С. 224-229.



**БУРЯК С.О.\***

*Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка*

## СУТНІСТЬ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічні підходи до управління конкурентоспроможністю набули поширення у працях зарубіжних науковців, однак, незважаючи на їх високий рівень проведених досліджень, повне використання існуючих теорій у практиці вітчизняних підприємств, через особливості економіки, поки що не є можливим.

Стратегічне управління конкурентоспроможним розвитком спрямовано на проведення пошуку, визначення і формулювання задач забезпечення конкурентоспроможності, тобто стратегічних цілей. В умовах ринкової конкуренції основним завданням будь-якого господарюючого суб'єкта є отримання кращої конкурентної позиції на обраному ринку за рахунок вдалого формування, постійної підтримки та динамічного розвитку конкурентних переваг. Як наслідок, отримання найбільших економічних вигід. Тому метою стратегічного управління конкурентоспроможним розвитком суб'єктів господарювання є формування, імплементація й динаміка розвитку конкурентних переваг. Конкурентні переваги підприємств можна визначити стратегічними конкурентними перевагами, якщо вони є стійкими у часі, приваблюють постійну увагу зі сторони зовнішнього середовища підприємств. Можливості результативного функціонування підприємств в обраному конкурентному середовищі можна

\* Науковий керівник – Мандич О.В., д.е.н., доцент