

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

*ТАРАН О.М., КАНД. ЕКОН. НАУК, ДОЦЕНТ,
ТАРАН Ю.С., ЗДОБУВАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В.В. ДОКУЧАЄВА*

Процес глобалізації економіки, підвищення конкуренції, кризові явища зумовляють необхідність розробляти суб'єктам господарювання стратегічні напрями розвитку своєї виробничо-господарської діяльності. Тому нині одним із пріоритетних завдань для підприємств галузі сільського господарства України є розробка організаційно-економічних засад їх стратегічного розвитку, що забезпечить ефективне використання конкурентних переваг, реалізацію виробничого потенціалу, економічну стійкість своїх позицій на ринку агропродовольчої продукції та результативність фінансової діяльності.

Аграрний сектор нашої держави з його невід'ємним елементом, сільським господарством, посідає стратегічне місце в національній економіці, який гарантує основні аспекти збереження суверенності держави – продовольчу та у визначених межах економічну, екологічну та енергетичну безпеку держави, створює передумови для стабільного і ефективного розвитку технологічно пов'язаних галузей національної економіки, формує ринок сільськогосподарської продукції та продовольства.

Вирішальне значення в управлінні аграрними підприємствами має здатність системи управління не тільки вирішувати ключові проблеми аграрного сектору, а й нівелювати негативні вияви об'єктивних за характером та специфічних для нього чинників, а саме: суперечливість економічних інтересів виробників та соціальних інтересів споживачів сільськогосподарської продукції та продовольства; неможливість оперативного реагування виробників сільськогосподарської сировини на зміну обсягів попиту споживачів через сезонний та тривалий у часі процес агровиробництва; організаційна розрізненість сільськогосподарських виробників та складність у виробленні консолідованої позиції у захисті своїх інтересів порівняно із споживачами сільськогосподарської продукції – підприємствами переробної та харчової промисловості; територіальна

розосередженість сільськогосподарських виробників, що визначає вплив зональних природно-кліматичних умов на формування економічних результатів діяльності; економічна нерівність різних за розмірами сільськогосподарських товаровиробників [1, С. 6].

На думку науковців, концепція розвитку сільськогосподарських підприємств, ґрунтується на розробці стратегії і тактики їх поведінки на ринку, і покликана вирішувати наступні завдання: ефективно використання виробничих ресурсів; використання нововведень у сфері маркетингу; розробка виробництва; стратегій спеціалізації, кооперації і інтеграції; застосування логістичних підходів і лізингу; соціальний розвиток трудових колективів; поліпшення кваліфікації працівників; екологічні проблеми; контролінг діяльності підприємств [2, С. 373].

Важливим напрямом в управлінні аграрними підприємствами є виявлення ринкових потреб і наявність власних ресурсів. Можливість аграрного підприємства успішно конкурувати на ринку визначатиметься двома основними чинниками. Перший полягає в здатності підприємства виявити і врахувати дію конкурентних сил і їх динаміку, другий передбачає його можливості мобілізувати та управляти ресурсами, необхідними для реалізації обраної конкурентної стратегії [3, С. 89].

Дослідження свідчать, що основними причинами неефективної реалізації стратегій на аграрних підприємствах є: ригідність існуючих організаційних структур, які слабо піддаються змінам відповідно до обраної стратегії та обґрунтування стратегічних змін; недостатнє розуміння керівниками конкретних завдань і термінів досягнення цілей; низька ефективність механізмів моніторингу результативності реалізованих стратегій і внесення необхідних коригувань при виявленні відхилень; недостатнє опрацювання питань ідентифікації, забезпечення і розподілу необхідних ресурсів для реалізації стратегій, у тому числі фінансових, інформаційних, людських і ресурсів часу; відсутність у колективі почуття відповідальності за досягнення стратегічних цілей впродовж усього періоду їх реалізації; готовність керівників до подолання опору, пов'язаного з новими стратегічними змінами; недостатність досвіду і кваліфікації керівників у стратегічному управлінні; недостатня ефективність збутової та нерозвиненість маркетингової діяльності; висока диференціація продукції за асортиментом, каналами збуту та просуванням на ринку, що обумовлює рекламомісткість продукції та невідповідність рекламних замовлень сезонним коливанням їх реалізації; високі витрати,

пов'язані з переорієнтацією виробництва та реалізації окремих видів продукції, послуг [4].

Умовами успіху реалізації стратегії вважаються: впевненість її виконавців у своїх здібностях; готовність підприємства до змін, відповідність стратегії потребам середовища[5].

Література.

1. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки (на період до 2020 року) Київ: Нац. наук. центр «Ін-т аграр. економіки», 2012. 17 с.

2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга/ общ. ред. Н. В. Шульпиной. 2-е европ. изд. Новое изд. Москва: Вильямс, 2000. 943 с.

3. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / За ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2012. 182 с.

4. Белко І.А. Стратегія розвитку аграрних підприємств в умовах невизначеності ринкового середовища *Науковий вісник Херсонського державного університету Серія «Економічні науки.»* Випуск 9. Ч.1. 2014. С. 74-77

5. Желуденко К.В. Стратегічне управління в забезпеченні конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* Випуск 14. Ч.1. 2017. С.89-93.

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

***Тохтамиш Т.О., к.е.н., доцент
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ***

Сільське господарство, як сфера діяльності, має свої особливості, які суттєво впливають на економічний розвиток. Більшість підприємств і споживачів на світових ринках віддають перевагу саме сільськогосподарській продукції, а міжнародна торгівля може привести до розповсюдження товарів та послуг в країні та за її межами.

Агробізнес є локомотивом вітчизняної економіки. Україну історично називають житницею Європи, оскільки тут зосереджено близько 25% світових чорноземних ґрунтів, відомих високим рівнем