

## **СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВО- ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ**

*ГРЖЕВА О.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,  
ХНТУСГ ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Повнота реалізації економічних інтересів аграрних підприємств, їх здатність до реалізації результативних маркетингово-логістичних стратегій, створення стійких конкурентних переваг безпосередньо залежить від рівня розвитку та реалізації їх економічного потенціалу, передусім, його комерційної компоненти.

Дослідження реалізації економічного потенціалу суб'єктів аграрного бізнесу на збутовій стадії виробничо-комерційного циклу показали, що індикатором ефективності реалізації поряд з показниками зміни рівня економічної ефективності є реакція цільової аудиторії споживачів, на яку орієнтовані маркетингові заходи, що застосовуються.

При деталізації маркетингово-логістичних стратегій найбільш гостро постають питання вибору стратегічних альтернатив розвитку діяльності на цільових ринках збуту. Відповідно, необхідно розвивати існуючі процедури оцінки та аналізу стратегічних альтернатив в процесі розробки та імплементації маркетингово-логістичних стратегій суб'єктів аграрного бізнесу. Дослідження показали, що їх доцільно виконувати за результатами ідентифікації ступеня трансформації економічного та, зокрема, комерційного потенціалу підприємства.

Під час вибору варіанта стратегії береться до уваги значна кількість чинників. Основними факторами, які стосуються безпосередньо підприємств є: - цілі підприємства, в яких відображається, до чого прагне підприємство, та, які визначають варіант стратегії; - пріоритети, інтереси вищого керівництва суттєво впливають на вибір стратегії, зокрема, вихід на новий ринок збуту продукції або освоєння нового продукту, які завжди пов'язані зі значним ризиком, а отже схильність керівництва до ризику відіграватиме вирішальну роль у виборі певного варіанту розвитку; - стратегічний потенціал є одним із найважливіших моментів у виборі стратегії, адже без кваліфікованого персоналу, сильної управлінської команди, придатної технології, обладнання, неможлива реалізація стратегії, яка потребує глибоких знань, високої кваліфікації та

відповідного виробничого потенціалу підприємства; - розмір підприємства істотно впливає на вибір стратегії, оскільки саме залежно від цього чинника, а також галузі, в якій діє підприємство, визначається модель поведінки стосовно конкурентів і враховуються обмеження, пов'язані зі специфікою галузі; - конкурентні переваги підприємства, адже їх урахування є основою для ефективної конкуренції у довгостроковому періоді, в свою чергу, стратегія розвитку може бути заснована на одній певній конкурентній перевазі; - стадія життєвого циклу підприємства (продукції), залежно від того, на якій стадії життєвого циклу перебуває підприємство, його керівництво може вибирати стратегію: зростання чи адаптації; - фінансові ресурси підприємства також впливають на вибір стратегії, оскільки будь-які стратегічні зміни потребують фінансових витрат; - ступінь залежності від зовнішнього середовища відіграє значну роль у виборі стратегії, реалізація стратегії залежить не лише від наявності відповідного стратегічного потенціалу, а й від того, чи можна знайти постачальників сировини та матеріалів, які підходять, або відповідного споживача продукції; - зобов'язання підприємства за попередніми стратегіями, адже впродовж певного часу підприємство виконуватиме попередні зобов'язання, а це стримуватиме або коректуватиме можливості реалізації нової стратегії; - фактор часу, адже це один із найсуттєвіших чинників, оскільки саме від вчасності прийнятих рішень і виконаних дій залежить успіх у жорсткій конкурентній боротьбі.

Неможливо приймати рішення щодо майбутнього варіанта стратегії, не усвідомивши, якої стратегії дотримується підприємство тепер. Визначаючи вид нинішнього підприємства, враховують такі зовнішні і внутрішні фактори: якої стратегії дотримується підприємство тепер. А саме, широту діяльності підприємства, різноманітність продукції, що виготовляється; загальний характер і природу купівель і продаж підприємством; частин своєї власності; структуру та спрямованість діяльності підприємства за останній період; можливості, на які орієнтувалося підприємство у своєму розвитку; його цілі; критерії розподілу ресурсів і структур капіталовкладень; ставлення до фінансового ризику; стратегії окремих функціональних сфер.

На практиці суб'єкт аграрного бізнесу може водночас реалізовувати кілька стратегій. Це особливо характерне для широко диверсифікованих суб'єктів аграрного бізнесу. Отже, в межах базової

стратегії будь який суб'єкт аграрного бізнесу може вибрати один із кількох напрямків дій, що називаються стратегічними альтернативами.

### **Література.**

1. Бірченко Н.О. Гіржева О.М. Методи фінансування ризику діяльності підприємства. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2018. № 1. С. 10-13.

2. Гіржева О.М. Особливості формування маркетингово-збутових стратегій аграрних підприємств. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. 2020. Вип. 210. С. 184-191.

3. Таран Н.В., Гіржева О.М. Сучасні напрямки забезпечення конкурентоспроможності аграрної продукції України. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 2. С. 243-250.

4. Хлопоніна-Гнатенко О.І., Гіржева О.М., Печена А.К. Концептуальні засади стратегічного планування діяльності підприємства. Економіка. Фінанси. Право. 2017. № 12(5). С. 4-6.

5. Shibaeva N., Baban T., Prokhorova V., Karlova O., **Girzheva O.**, Krutko M. Methodological bases of efficiency of organizational and economic mechanism of regulatory policy in agriculture. Global Journal of Environmental Science and Management. 2019. pp. 160-171.

## **HISTORY OF ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF ANALYSIS OF ECONOMIC ACTIVITY**

***ZAICA S., PH.D., ASSOCIATE PROFESSOR,***

***KHARKIV PETRO VASYLENKO NATIONAL TECHNICAL  
UNIVERSITY OF AGRICULTURE***

***SYNELNYKOV V. PH.D., ASSOCIATE PROFESSOR,***

***BELARUSIAN STATE AGRARIAN TECHNICAL UNIVERSITY***

Economic analysis, like any other science, has a history of development. It is inextricably linked with the state of the economy of a particular formation. All the changes that have taken place have been the result of the improvement of economic relations and the development of economic science in general.

The emergence and development of business analysis is associated with the emergence and development of accounting and management science. According to scholars [3, 6], "Treatise on Accounts and Records" by Luca Pacioli is the basis not only of accounting but also of financial