

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ШЛЯХОМ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***ГАЦЬКО А. Ф., К. Е. Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Важливим інструментом ефективного функціонування аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції та підвищення їх конкурентоспроможності є обґрунтоване застосування процедур вибору комбінації каналів ринкового розподілу продукції. Результати аналізу особливостей розвитку збутових систем аграрних підприємств дозволив виділити основні періоди їх становлення та порівняти показники рентабельності виробництва і реалізації продукції з питомою вагою обсягу її реалізації посередникам.

Результати співставлення доводять, що зрушення в структурі ринкового розподілу продукції аграрних підприємств відповідають змінам рентабельності її виробництва та реалізації. При цьому неможливо визначити первинність жодного з порівняних показників стосовно змін інших. Це пояснюється тією обставиною, що економічна ефективність діяльності аграрного підприємства залежить від застосованої комбінації каналів ринкового розподілу продукції при побудові конкретної збутової системи, адже отримання економічних результатів виробництва та реалізації продукції відбувається безпосередньо на збутовій стадії виробничо-комерційного циклу. В свою чергу, формування та розвиток систем ринкового розподілу продукції, а отже і збутових систем аграрних підприємств залежить від повноти реалізації економічних інтересів та ступеня їх пригніченості або домінування на конкретному цільовому ринку. Останнє визначає ринкову поведінку аграрного підприємства, впливає на прийняття тих чи інших рішень в сфері управління збутом продукції, а отже у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

Виконані дослідження дозволили виділити етапи та закономірності становлення систем управління збутом продукції аграрних підприємств. Встановлено, що об'єктивним критерієм їх трансформації є зміни в структурі використання каналів ринкового розподілу. Враховуючи, що продаж продукції переробним підприємствам, населенню та на продовольчих ринках є окремими варіантами використання прямого збуту або побудови вертикальних

маркетингових систем, критичними є зміни питомої ваги обсягів продукції, які реалізуються посередникам.

Негармонійний характер розподілу доходів між суб'єктами ринку продукції аграрних підприємств є об'єктивним атрибутом функціонування вказаного ринку, а необхідність адаптації до нього стала імперативом здійснення основної діяльності підприємств-товаровиробників. Методичний підхід до ідентифікації причин трансформації конкурентної ситуації в товарно-цілових сегментах ринку продукції аграрних підприємств, заснований на визначенні показників концентрації капіталу, дозволив визначити параметри концентрації капіталу та ступінь їх зв'язку з показниками економічної ефективності діяльності функціональних груп підприємств-учасників вказаних ринків.

Співставлення отриманих результатів співвідношень з реальними економічними результатами діяльності аграрних підприємств доводить об'єктивне існування суттєвих викривлень економічних інтересів аграрних підприємств. Слід зазначити, що обсяг доходів аграрних підприємств, як безпосередніх товаровиробників сільськогосподарської продукції, склав лише третину від ціни її споживання. Вказане не сприяє результативному та інтенсивному розвитку основної діяльності аграрних підприємств. Зазначені дисбаланси більш виражено проявляються на цільових ринках продукції тваринництва, де лише п'ята частина ціни споживання повертається аграрним підприємствам у вигляді виручки від реалізації продукції. Останнє суттєво скорочує шанси вказаного галузевого напрямку на інтенсифікацію свого розвитку в аграрних підприємствах.

Гармонізація економічних інтересів учасників ринку сільськогосподарської продукції передбачає усунення умов для виникнення цінового диктату з боку тієї чи іншої функціональної групи підприємств-учасників ринку. Шляхом вирішення цього проблемного питання є підвищення рівня концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств. При цьому рівень концентрації капіталу в межах тієї чи іншої функціональної групи підприємств-учасників ринку, а саме товаровиробників, посередників, експортерів, переробних підприємств, визначає їх раціональну поведінку, спрямовану на підвищення економічної ефективності діяльності, а отже і конкурентну політику, адже за інших рівних умов варіантів раціоналізації політики підприємства багато бути не може. Останнє зумовлює застосування відповідних стратегій, як правило, спрямованих на набуття підприємствами достатньої для повноцінної

реалізації економічного потенціалу ринкової частки, створення цінових переваг перед конкурентами без суттєвого зниження рівня економічної ефективності власної діяльності тощо. Вказана обставина викликає всі зрушення всередині ринкової інфраструктури, а отже зумовлює необхідність адаптації підприємства до умов, вплинути на які через недостатню ринкову владу воно не в змозі.

З огляду на тривалість перспективи успішної діяльності аграрних підприємств на цільових ринках збуту продукції ідентифіковано основні стратегічні пріоритети підвищення їх конкурентоспроможності, до складу яких слід відносити: підвищення рівня концентрації капіталу суб'єктами-товаровиробниками із залученням інтеграційних інструментів, створення умов для інвестиційної привабливості аграрних підприємств, реінвестування акумульованого прибутку в розвиток економічного потенціалу; збільшення розмірів аграрних підприємств та масштабів виробництва з метою відкриття можливостей для утворення комерційно-значимих партій сільськогосподарської продукції; створення цінових та якісних конкурентних переваг на основі широкого впровадження інновацій в виробничо-збутову діяльність аграрних підприємств; освоєння видів продукції, що користуються попитом на зовнішньому ринку, зокрема, органічної та екологічно-чистої сільськогосподарської продукції; раціональне вирішення проблеми зберігання продукції з метою результативного використання сезонних цінових коливань на цільових ринках збуту.

Реалізація вказаних стратегічних напрямів у вигляді процедур управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств та їх продукції дозволить останнім підвищити економічну ефективність своєї діяльності, збільшити рівень ринкової влади та ефективно адаптуватися до некерованих викликів цільових ринків збуту.

Література.

1. Амбросов В. Я. Зібрання наукових праць. Т. 5 Економічні умови відтворення сучасних агроформувань. / В. Я. Амбросов. – Х. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 477 с.

2. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз : [монографія]. / В. Г. Андрійчук. – [2-ге вид., без змін]. – К., 2006. – 292 с.

3. Гришова І. Ю. Особливості формування конкурентних переваг в системі конкурентних відносин підприємств харчової промисловості / І. Ю. Гришова, О. В. Мигтій // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2014. – № 11. – С. 211-218.

4. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери : [монографія] / О. М. Могильний. – Ужгород : ІВА, 2005. – 400 с.

5. Ульянченко О. В. Державна політика захисту і розвитку конкуренції в аграрному секторі як метод регулювання ринку / О. В. Ульянченко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Вип. 252: в 6 т. – Т. 6. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С. 1467-1472.

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

***ГРИГОРЕНКО А. С., СТУДЕНТКА*,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Об'єм виробництва сільськогосподарської продукції один з основних показників, які характеризують діяльність сільськогосподарських підприємств. Від його величини залежить об'єм реалізації продукції, а отже і ступінь задоволення потреб населення в продуктах харчування, а промисловості - в сировині [1, 6].

Від об'єму виробництва продукції залежить також рівень її собівартості, сума прибутку, рівень рентабельності, фінансовий стан підприємства, його платоспроможність та інші показники. Тому аналіз діяльності підприємства потрібно почати з вивчення об'єму виробництва продукції рослинництва [3, 4].

Завдяки аналізу виробництва продукції рослинництва є виявлення додаткових можливостей збільшення виробництва продукції, поліпшення її асортименту, якості та зменшення втрат. За допомогою аналізу оцінюють досягнутий рівень виробництва продукції; виконання контрактів і замовлень, договорів з покупцями і забезпечення продукцією потреб підприємства; виконання потреб плану валового виробництва і фактори, які його зумовили. Також аналізують причини зміни площі та урожайності культур, вивчають передовий світовий досвід щодо виробництва екологічно чистої продукції, розробляють заходи збільшення виробництва продукції, поліпшення її якості, оптимізації витрат на виробництво, нарощування обсягу конкурентоспроможної продукції, обґрунтовують стратегію розвитку галузі.

Дуже важливим показником, що характеризує виробництво сільськогосподарської продукції є її якість, тобто сукупність властивостей здатних задовольнити певні вимоги споживача. Він є по суті визначальним для підвищення конкурентоспроможності продукції.

* Науковий керівник – Зайка С.О., к.е.н., доцент