

ОРЕЛ В.М., доктор економічних наук, доцент, професор,
 ТАРАН Н.В., аспірант, Харківський національний технічний
 університет сільського господарства імені Петра Василенка

ІНСТРУМЕНТИ РИНКОВОЇ АДАПТАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Орел В.М., Таран Н.В. Інструменти ринкової адаптації систем управління конкурентоспроможністю продукції аграрних підприємств.

В статті здійснено теоретичне узагальнення адаптаційного інструментарію управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на цільових ринках збуту сільськогосподарської продукції. Обґрунтовано цілісну концепцію побудови та функціонування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств на засадах їх адаптації до умов цільових ринків збуту продукції, в основі якої лежить ідентифікація конкурентної структури цільового ринку, визначення раціональної позиції підприємства-товаровиробника, обґрунтований вибір інструментарію впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства та мобілізації його конкурентного потенціалу. Ідентифіковано економічні передумови та структурні тенденції конкурентного розвитку об'єктних ринків продукції аграрних підприємств. Запропоновано методичний підхід до визначення конкурентного потенціалу аграрних підприємств на основі систематизації їх збутових систем та визначення ступеня їх адаптивності до змін конкурентної структури та кон'юнктури цільових ринків збуту. Розвинуто стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств на основі забезпечення позитивної динаміки концентрації капіталу з метою прискорення адаптації підприємств до змін характеристик цільових ринків.

Ключові слова: конкуренція, конкурентний потенціал, концентрація капіталу, цільовий ринок, адаптивний механізм.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності діяльності аграрних підприємств є найголовнішою проблемою економічної науки, яка структурується на значні кількості наукових проблем та завдань нижчих порядків, які відповідають специфіці певних галузей, товарних напрямів спеціалізації, функціональних та секторальних особливостей ведення діяльності. Сучасний стан та існуюча конкурентна структура вітчизняного ринку сільськогосподарської продукції суттєво звужують можливості аграрних підприємств до підвищення конкурентоспроможності своєї продукції та, відповідно, рівня економічної ефективності діяльності, що, в свою чергу, уповільнює темпи їх розвитку та гальмує набуття відтворювальними процесами розширеного характеру. При цьому домінування економічних інтересів торговельних посередників, непропорційність концентрації та ефективності функціонування капіталу, розміщеного в сферах виробництва та обігу, наближення конкурентної ситуації на цільових ринках збуту продукції аграрних підприємств до стану олігопсонії призводять

до фактичного унеможливлення суттєвого впливу заходів з підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств, крім спрямованих на зрушення в її цінній складовій. Вказане зумовлює необхідність теоретично-методичного та прикладного пророблення питань залучення ефективного інструментарію та побудови економічних механізмів адаптації аграрних підприємств до ринкової ситуації з метою підвищення рівня конкурентоспроможності їх продукції та рівня економічної ефективності основної діяльності, що і зумовлює актуальність представленого в публікації дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням ринкової конкуренції та управління конкурентоспроможністю підприємств, побудови та розвитку конкурентної структури ринку присвячені фундаментальні дослідження як класиків економічної думки, так і визнаних в світі зарубіжних авторів. Ці дослідження створили потужне наукове підґрунтя для вивчення специфічних сфер конкурентних взаємовідносин, зокрема, аграрних підприємств, яким приділена значна увага в науковому доробку В.Я. Амбросова,

В.Г. Андрійчука, С.М. Кваші,
О.О. Красноручького, Т.Г. Маренич,
О.М. Могильного, В.М. Онегіної,
О.В. Ульяновченка, Б.О. Язлюка та багатьох інших [1-9]. Не дивлячись на широке охоплення в працях зазначених вчених кола питань побудови конкурентних взаємовідносин аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції, обґрунтованість напрямів та шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств, ціла низка проблемних аспектів деталізації процедур управління конкурентоспроможності, формування та функціонування відповідних економічних механізмів, зокрема, адаптаційного характеру, формалізації впливу особливостей структурної побудови цільових ринків на результати діяльності аграрних підприємств залишається не повною мірою вирішеними. Останнє актуалізує необхідність пошуку та впорядкування адаптаційного інструментарію управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на цільових ринках збуту сільськогосподарської продукції.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування теоретично-методичних засад ідентифікації та використання адаптаційного інструментарію управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на цільових ринках збуту їх продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Систематизація наукових поглядів на ринкову конкуренцію, зокрема, на цільових ринках продукції аграрних підприємств дозволяє розглядати її в якості ключового типу економічних взаємовідносин суб'єктів поряд з відносинами обміну та співробітництва. В ході дослідження визначено особливості взаємного впливу та сутності економічного зв'язку конкурентоспроможності підприємства та продукції. При цьому було використано методичний підхід, який ґрунтується на встановленні взаємозв'язку рівня конкурентоспроможності з рівнем економічної ефективності. Теоретично доведено, що виробництво та збут

конкурентоспроможної продукції підприємства, тобто такої, яка успішно реалізується представникам цільової споживацької аудиторії, зумовлює досягнення підприємством-виробником певного рівня економічної ефективності, який є адекватним завданням відтворення авансованого капіталу, а отже відновлення виробничо-комерційного циклу. При цьому здійснення ефективної діяльності дозволяє підприємствам-товаровиробникам акумулювати певні маси прибутку та реінвестувати їх в розвиток свого економічного потенціалу шляхом удосконалення товарної номенклатури, технологій виробництва та збуту продукції, створення цінових та якісних конкурентних переваг тощо. Останнє зумовлює підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції. Тобто ефективне функціонування суб'єкта сфери виробництва продукції є запорукою його конкурентоспроможності, а досягнення певного рівня конкурентоспроможності – передумовою підвищення економічних результатів та ефективності діяльності.

Слід зазначити, що економічна ефективність діяльності підприємства є статичною характеристикою досягнення ним певних результатів за умови несення визначених умовами здійснення основної діяльності витрат. При цьому економічна наука дозволяє характеризувати рівень економічної ефективності діяльності підприємства за допомогою абсолютних, відносних, часових та порівняльних показників. В свою чергу, конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства є динамічною характеристикою економічного потенціалу підприємства, як сукупності можливостей виробництва та збуту продукції з необхідними для досягнення певних економічних результатів властивостями та при визначених витратах, що має забезпечувати успіх продукції на ринку. Такий розгляд процесу формування конкурентоспроможності дозволяє уникати численних методичних протиріч, які виникають при її кількісній оцінці. При цьому середовищем формування конкурентоспроможності є цільові ринки продукції підприємств (рис. 1).

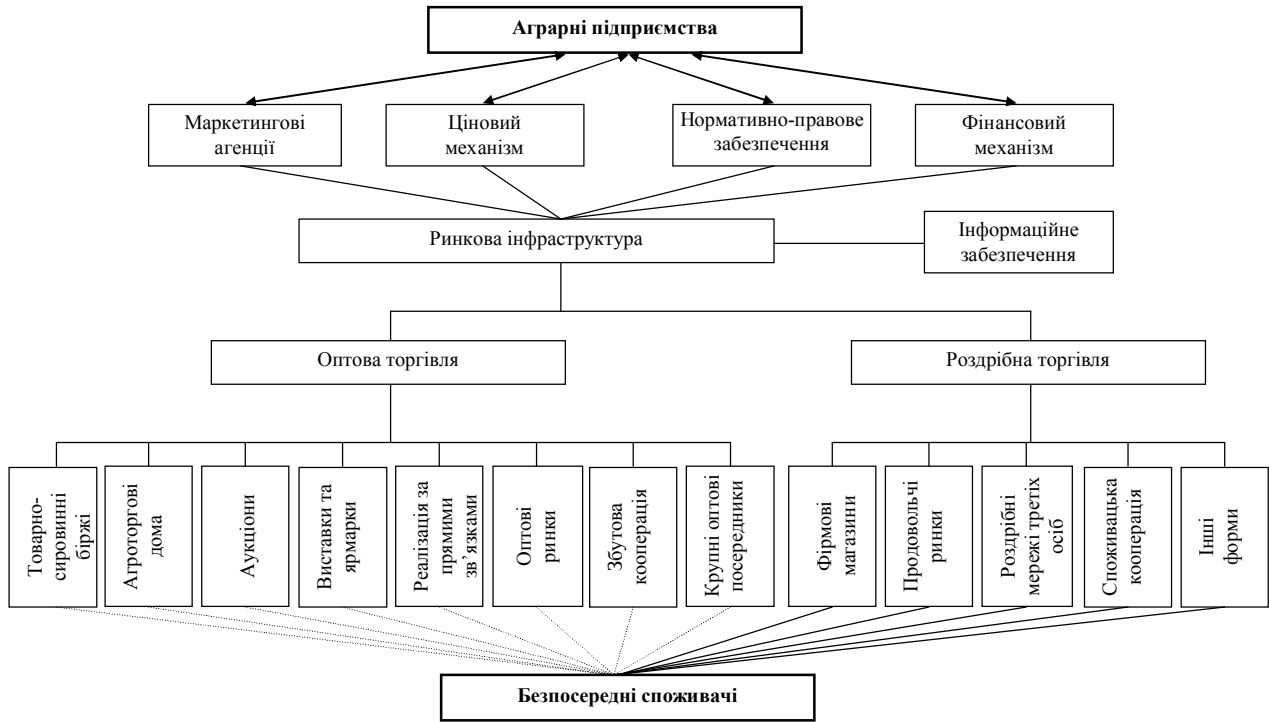


Рис. 1. Ринкове середовище аграрних підприємств

* Джерело: систематизовано авторами

Комплексне вивчення конкурентної побудови цільових ринків продукції аграрних підприємств дозволило визначити складний та неоднорідний характер його конкурентних структур. Складність конкурентних структур цільових ринків сільськогосподарської продукції визначається побудовою, довжиною та особливостями функціонування каналів ринкового розподілу продукції. Дослідження показали, що на рівні взаємодії аграрних підприємств з першими посередниками, які здійснюють торговельно-закупівельну діяльність конкурентну структуру більшості цільових ринків сільськогосподарської продукції можна представити як олігопсонію або, в деяких випадках, монопсонію. На подальших рівнях ринкового розподілу продукції аграрних підприємств конкурентні структури модифікуються в олігополію та, іноді, в ринкову структуру наближену до досконалої конкуренції.

Причиною вказаної ситуації є відмінності в концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств та підприємств-суб'єктів сфери обігу, а також їх кількість та тенденції домінування або пригнічення економічних

інтересів окремих груп учасників ринку, а отже, відповідно, ступінь повноти їх реалізації. На більшості цільових ринків сільськогосподарської продукції економічні інтереси аграрних підприємств виявляються пригніченими з зазначених вище причин, що ускладнює підвищення економічної ефективності їх діяльності та нормалізацію відтворення.

Слід зазначити, що більшість видів сільськогосподарської продукції є сировинною, що визначає значний рівень її стандартизації та змушує застосування аграрними підприємствами методів створення конкурентних переваг в частині розробки та освоєння виробництва унікальних товарів із імплементацією відповідних маркетингових стратегій. При цьому трансформація конкурентних структур відбувається виключно під впливом цінових та результативних факторів. В свою чергу, аграрні підприємства для підтримання належного рівня економічної ефективності своєї діяльності мають адаптуватися до вказаних умов. В цьому процесі особливого значення набуває коректна ідентифікація конкурентної ситуації цільового ринку та напряму її розвитку. Розрахунок вказаного

інтегрального показника дозволяє кількісно характеризувати тип конкурентної ситуації на визначеній стадії ринкового розподілу продукції та визначати напрям трансформації конкурентної ситуації.

Застосування розроблених методичних підходів до ідентифікації конкурентної структури цільового ринку дозволяє визначити пріоритетні напрями мобілізації інструментів підвищення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств, застосування яких

має бути системним. Останнє зумовлює необхідність обґрунтування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства (рис. 2), який являє собою систему факторів, засобів, інструментів та суб'єктів опосередкування їх впливів та дій, які забезпечують зміну рівнів конкурентоспроможності аграрних підприємств та їх продукції на цільових ринках збуту.

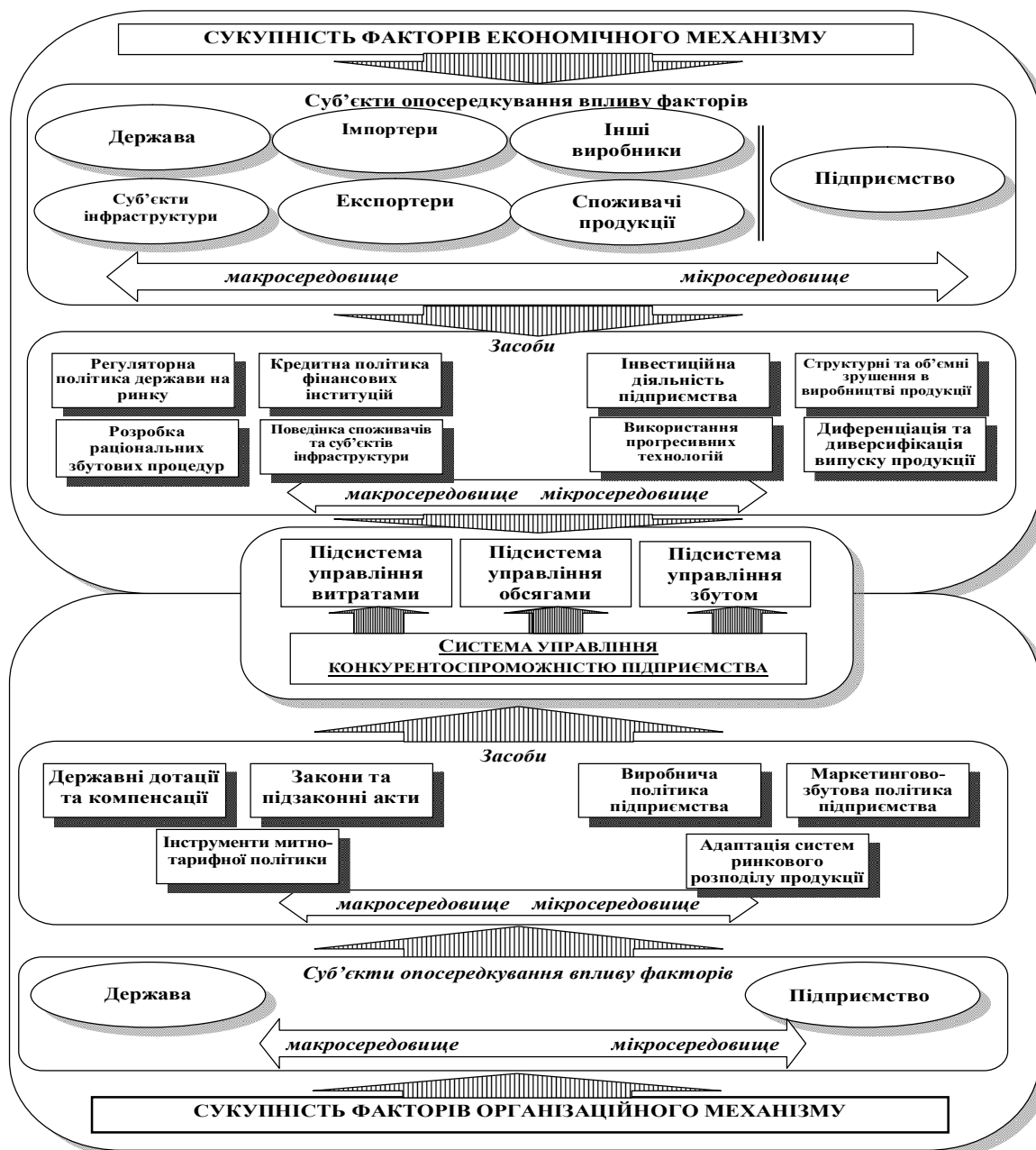


Рис. 2. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства на цільових ринках

* Джерело: розроблено авторами

При цьому система управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства є поєднанням трьох інструментальних систем управління витратами, обсягами та збутом, тобто сполученням економічних, організаційних та управлінських інструментів, застосування яких призводить до створення та реалізації конкурентних переваг.

Вітчизняний аграрний ринок є відкритою системою з ознаками значної нестабільності. Ознаками останньої є недостатньо високий рівень внутрішнього споживання, залежність ринкової кон'юнктури від структурно-динамічних тенденцій зовнішніх ринків, низький рівень інфраструктурного розвитку. Деформація конкурентних структур внутрішнього ринку зумовлює тенденції ціноутворення на стадії продажу продукції аграрними підприємствами посередникам, інтереси яких домінують над інтересами товаровиробників, що суттєво знижує рівень економічної ефективності основної діяльності останніх. Вказане вимагає формалізації особливостей функціонування ринку сільськогосподарської продукції в контексті ідентифікації умов підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності діяльності аграрних підприємств.

Основними причинами уповільнення розвитку аграрних підприємств є: інфраструктурне відставання в розвитку вітчизняного аграрного ринку у порівнянні з іншими товарними ринками, деформація економічних інтересів та негармонійний характер розподілу доходів між функціональними групами підприємств-учасників ринку, відсутність розвинутих каналів збуту продукції аграрних підприємств, непрозорість ціноутворення фактично на всіх стадіях ринкового розподілу продукції.

Зокрема, в структурі доходів від реалізації продукції вітчизняними аграрними підприємствами в 2014 році виручка від реалізації зерна займала 35,2 % при рентабельності виробництва та реалізації 29,3 %. При цьому рентабельність виробництва та реалізації товарного насіння соняшнику складала 78,6 % [10]. Такі перекося в ефективності не можуть на відбиватися на структурі товарного

виробництва аграрних підприємств. Причинами цього, знов-таки, є недосконалість ринкової інфраструктури, відсутність у підприємств-товаровиробників власної бази зберігання та можливостей формування комерційно-значимих партій більшості видів сільськогосподарської продукції.

Проведені дослідження демонструють, що сучасний стан ринку сільськогосподарської продукції не сприяє побудові гармонійних відносин між аграрним підприємством, посередником, споживачем та державою. Основними шляхами ліквідації вказаних дисбалансів є: вирішення в аграрних підприємствах проблеми зберігання в контексті результативного використання сезонного цінового фактору; стимулювання процесів вертикальної, передусім, збутової інтеграції аграрних підприємств; створення умов для прямого інвестування ресурсів підприємств оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією в економіку аграрних підприємств; підвищення рівня концентрації капіталу суб'єктами сфери виробництва; впорядкування системи державного регулювання розвитку аграрних підприємств та функціонування ринку їх продукції. Реалізація вказаних заходів є запорукою підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності аграрних підприємств, гармонізації та забезпечення повноти реалізації їх економічних інтересів.

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 (рис. 3).

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.

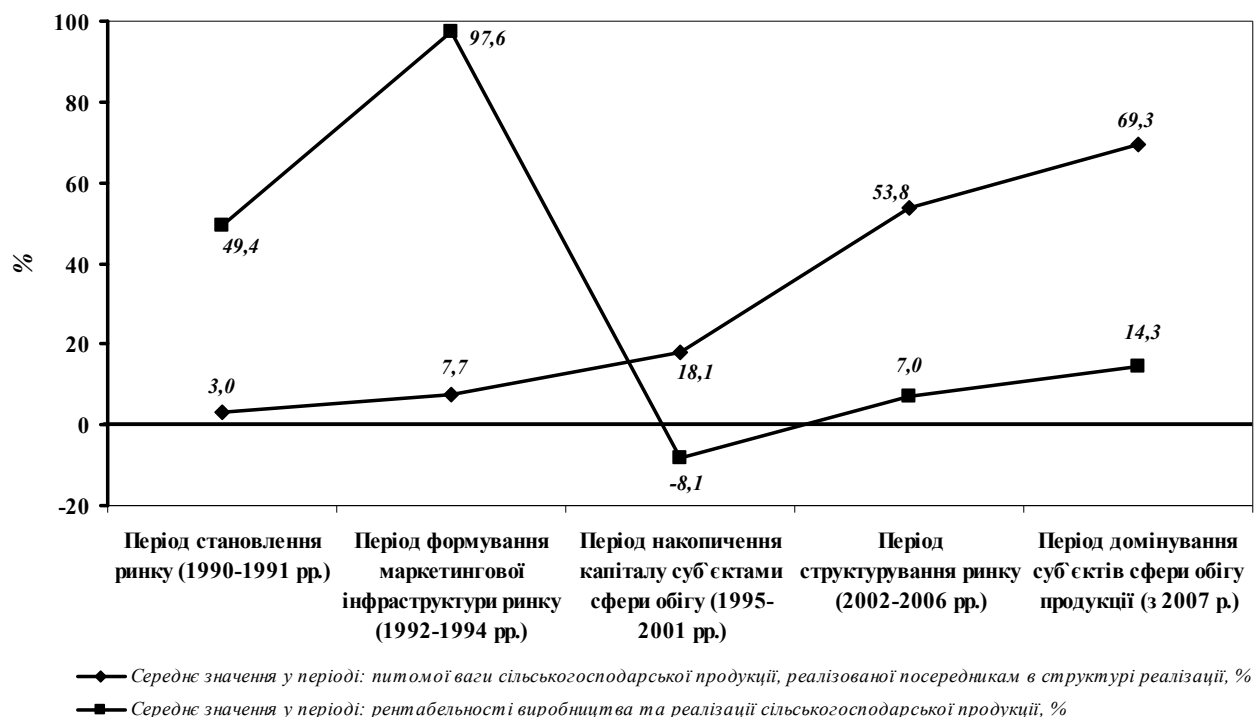


Рис. 3. Співставлення рентабельності виробництва та реалізації продукції аграрних підприємств з питомою вагою продукції, реалізованої посередникам у 1990-2014 рр.*

* Джерело: розраховано за даними [10]

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. Протягом дослідженого періоду, майже третина вітчизняних аграрних підприємств отримувала збитки від здійснення основної діяльності, що унеможливлювало нормальне протікання відтворювальних процесів. Рівень економічної ефективності основної діяльності аграрних підприємств майже в

15 разів нижчий за показники функціонування капіталу підприємств сфери оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією. Вказане значною мірою гальмує залучення аграрними підприємствами інвестиційних ресурсів, розвиток інтеграційних процесів, нарощення економічного потенціалу підприємств-товаровиробників, підвищення їх конкурентоспроможності.

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.

Розгляд факторів створення конкурентних переваг аграрних підприємств та їх продукції є розгляд їх конкурентоспроможності через призму економічної ефективності, отже основними індикаторами формування та розвитку конкурентного потенціалу аграрних підприємств (табл. 1) є: рівень рентабельності виробництва та реалізації продукції, розміри підприємства та масштаб виробництва, ефективність функціонування систем стратегічного планування діяльності, ефективність управління.

В даному контексті не слід забувати про механізми ринкової саморегуляції, які опосередковуються через кон'юнктурні, цінові та організаційні інструменти та створюють виклики і обмеження до застосування аграрними підприємствами тих чи інших стратегій підвищення конкурентоспроможності та ефективності. Останнє в поєднанні з регуляторним впливом державних інституцій має створювати стимули для конкурентного розвитку цільових ринків продукції аграрних підприємств, мотивувати підприємства до нарощування та більш якісної імплементації свого конкурентного потенціалу. В свою чергу, несистемний характер державної регуляторної політики в аграрній сфері наразі, зазвичай, призводить до зворотних ефектів. Державне регулювання розвитку суб'єктів аграрного виробництва має передбачати формування та функціонування структурованої системи впливів на протікання соціально-економічних та організаційно-управлінських процесів, які мають опосередковуватися в імплементації чітко визначених важелів та інструментів, як прямого, так і непрямого впливу.

Ідентифікація конкурентного потенціалу через показники економічної ефективності окремих аграрних підприємств Харківської області в показниках 2014 року*

| Показник | Підприємства | | | | | | |
|---|-------------------------------|--|-------------------------------------|--|------------------------------------|-------------------------------------|---|
| | СК «Восток» Ізюмського району | Агрокомбінат «Слобожанський» Чугуївського району | ПАОП «Зоря» Красноградського району | ПАОП «Промінь» Красноградського району | ДП «Кутузівка» Харківського району | ТОВ «Новий шлях» Борівського району | ТОВ «Агрофірма імені Гатаріна» Зміївського району |
| Площа сільськогосподарських угідь, га | 10330 | 5575 | 10062 | 5514 | 8743 | 3589 | 4431 |
| - у т.ч. ріллі | 6497 | 5575 | 9351 | 5514 | 7568 | 3589 | 3784 |
| Чисельність працівників, осіб | 500 | 716 | 305 | 307 | 289 | 170 | 160 |
| - у т.ч. у рослинництві | 243 | 83 | 95 | 43 | 77 | 69 | 37 |
| у тваринництві | 257 | 633 | 210 | 264 | 212 | 101 | 123 |
| Виручка від реалізації, тис. грн. | 30401,6 | 66334,5 | 34799,8 | 21533,8 | 18292,7 | 5897,4 | 9059,1 |
| - у т.ч. у рослинництві | 7720,5 | 11589,8 | 23504,1 | 11976,1 | 6192,1 | 4000,1 | 3001,3 |
| У тваринництві | 21710,8 | 51690,6 | 11295,7 | 8995,6 | 12100,6 | 1727,7 | 6008,1 |
| Повна собівартість, тис. грн. | 22095,5 | 130693,4 | 24830,7 | 19455,2 | 16537,3 | 5872,5 | 6636,1 |
| - у т.ч. у рослинництві | 5717,8 | 7498,1 | 15360,4 | 9598,9 | 4095,8 | 2862,7 | 1733,7 |
| у тваринництві | 15328,3 | 120214,3 | 9470,3 | 9126,2 | 12441,5 | 2705,9 | 4877,0 |
| Прибуток (збиток), тис. грн., в т.ч.: | 8306,10 | -64358,90 | 9969,10 | 2078,60 | 1755,40 | 24,90 | 2423,00 |
| продукції рослинництва | 2002,70 | 4091,70 | 8143,70 | 2377,20 | 2096,30 | 1137,40 | 1267,60 |
| продукції тваринництва | 6382,50 | -68523,70 | 1825,40 | -130,60 | -340,90 | -978,20 | 1131,10 |
| Рівень рентабельності (збитковості), %, в т.ч.: | 37,59 | -49,24 | 40,15 | 10,68 | 10,61 | 0,42 | 36,51 |
| продукції рослинництва | 35,03 | 54,57 | 53,02 | 24,77 | 51,18 | 39,73 | 73,12 |
| продукції тваринництва | 41,64 | -57,00 | 19,27 | -1,43 | -2,74 | -36,15 | 23,19 |

* Джерело: розраховано за даними ф. 50-СГ «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств»

Набуття підприємствами тенденції до підвищення рівня економічної ефективності діяльності на тому чи іншому цільовому ринку є свідченням успішної реалізації його конкурентного потенціалу розвитку. Втім, таке підвищення може бути спричинено короткостроковою тенденцією до зростання цін на відповідні види продукції. Останнє зумовлює моментальний характер змін конкурентоспроможності продукції та тенденційний характер змін конкурентоспроможності підприємства. Таким чином, важливою ознакою конкурентоспроможності підприємства є тривалість та перспективність оперування на визначеному ринку з певним товаром.

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.

Висновки. Обґрунтована концепція побудови та функціонування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств передбачає включення до його складу елементів та компонент, що відносяться до зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та відрізняються інтенсивністю впливу на формування рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції на цільових ринках. Вказана концепція дозволяє ефективно адаптувати систему управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства до умов цільових ринків збуту продукції за рахунок коректної ідентифікації його конкурентної структури та визначення раціональної позиції підприємства-товаровиробника, обґрунтований вибір інструментарію впливу на рівень конкурентоспроможності та мобілізації конкурентного потенціалу підприємства.

Ідентифіковано економічні передумови та структурні тенденції конкурентного розвитку цільових об'єктних ринків продукції аграрних підприємств.

Встановлено, що цільові ринки продукції аграрних підприємств за конкурентною структурою можна класифікувати, як ринки олігопсонії та монопсонії на рівні підприємства-товаровиробника. Вказана ідентифікація підтверджується застосуванням методичного підходу, в основі якого лежить визначення інтегрального показника конкурентного розвитку ринку для визначення параметрів кількісної оцінки станів конкурентної структури та напрямів її розвитку.

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.

Література.

1. *Амбросов В.Я.* Зібрання наукових праць. Економічні умови відтворення сучасних агроформувань / *В.Я. Амбросов*. – Х. : ННЦ ІАЕ, 2010. – Т. 5. – 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. *Красноруцький О.О.* Системи управління збутовою діяльністю аграрних підприємств: стратегія, механізми, інструментарій: [монографія] / *О.О. Красноруцький*. – Херсон : Гринь Д.С, 2012. – 348 с.
4. *Кваша С.М.* Наукові підходи до регулювання аграрного ринку / *С.М. Кваша* // Економіка АПК. – 2006. – № 7. – С. 42-45.
5. *Амбросов В.Я.* Наукові положення удосконалення економічного і господарського механізмів розвитку сільського господарства / *В.Я. Амбросов, Т.Г. Маренич* // Економіка АПК. – № 10. – 2005. – С. 14-19.
6. *Онегіна В.М.* Державне регулювання цін і доходів аграрних товаровиробників: [монографія] / *В.М. Онегіна*. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 590 с.

7. Могильний О.М. Регулювання аграрної сфери: [монографія] / О.М. Могильний. – Ужгород : ІВА, 2005. – 400 с.
8. Ульяновченко О.В. Державна політика захисту і розвитку конкуренції в аграрному секторі як метод регулювання ринку / О.В. Ульяновченко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб.наук.праць. – Вип. 252: в 6 т. – Т.6. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – С. 1467-1472.
9. Язлюк Б.О. Формування та реалізація інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства / Б.О. Язлюк // Наукові записки Терноп. нац. пед. ун-ту ім. В.Гнатюка. Сер. Економіка. – 2006. – № 20. – С. 149-152.
10. Сільське господарство України за 2014 рік. Статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 379 с.

References.

1. Ambrosov V.Ya. (2010). Zibrannya naukovih prats. Ekonomichni umovi vidtvorennya suchasnih agroformuvan [A collection of scientific papers. The economic conditions for the reproduction of modern agricultural enterprises]. Kharkov: NNTs IAE, Vol. 5, 2010, p. 477 [in Ukrainian].
2. Andriychuk V.G. (2006). Efektivnist diyalnosti agrarnih pidpriemstv: teoriya, metodika, analiz: [Efficiency of activity of agricultural enterprises: theory, methodology, analysis]. (2 d. ed.). Kyiv, p. 292 [in Ukrainian].
3. Krasnorutskiy O.O. (2012). Sistemi upravlinnya zbutovoyu diyalnistyu agrarnih pidpriemstv: strategiya, mehanizmi, instrumentariy [System management and marketing activities of agricultural enterprises: strategy, mechanisms, tools]. Kherson: Grin D.S, p. 348 [in Ukrainian].
4. Kvasha S.M. (2006). Naukovi pidhodi do reguluyuvannya agrarnogo rinku [Scientific approaches to the regulation of the agricultural market]. Ekonomika APK – Economy AIC, No 7, pp. 42-45 [in Ukrainian].
5. Ambrosov V.Ya., and Marenich T.G. (2005). Naukovi polozhennya udoskonalennya ekonomichnogo i gospodarskogo mehanizmiv rozvitku silskogo gospodarstva [Scientific principles of improving the economic and economic mechanisms of development of agriculture]. Ekonomika APK – Economy AIC, No 10, p. 14-19 [in Ukrainian].
6. Onegina V.M. (2007). Derzhavne reguluyuvannya tsin i dohodiv agrarnih tovarovirobnikiv [State regulation of the prices and incomes of agricultural producers]. Kyiv: NNTs IAE, p. 590 [in Ukrainian].
7. Mogilniy O.M. (2005). Reguluyuvannya agrarnoyi sferi [Regulation of the agrarian sphere]. Uzhgorod: IVA, p. 400 [in Ukrainian].
8. Ulyanchenko O.V. (2009). Derzhavna politika zahistu i rozvitku konkurentsii v agrarnomu sektori yak metod reguluyuvannya rinku [State policy of protection and development of competition in the agricultural sector as a method of market regulation]. Ekonomika: problemi teorii ta praktiki: zb. nauk. prats – Economy: problems of theory and practice: collection of scientific papers, Issue. 252: (Vols. 1-6). Dnipropetrovs'k: DNU, 2009, Vol. 6, pp. 1467-1472 [in Ukrainian].
9. Yazlyuk B.O. (2006). Formuvannya ta realizatsiya investitsiyno-innovatsiynogo potentsialu pidpriemstva [The formation and implementation of investment and innovative potential of the enterprise]. Naukovi zapiski Ternop. nats. ped. un-tu im. V. Gnatyuka. Ser. Ekonomika – Scientific notes of Ternopil national pedagogical University named after V. Hnatiuk. Economics, No 20, pp. 149-152 [in Ukrainian].
10. Silske gospodarstvo Ukrayini za 2014 rik. Statistichniy zbirnik [Agriculture of Ukraine for 2014. Statistical compendium]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statistiki Ukrayini, 2015, p. 379 [in Ukrainian].

Аннотация.

Орел В.М., Таран Н.В. Инструменты рыночной адаптации систем управления конкурентоспособностью продукции аграрных предприятий.

В статье осуществлено теоретическое обобщение адаптационного инструментария управления конкурентоспособностью аграрных предприятий на целевых рынках сбыта сельскохозяйственной продукции. Обоснована целостная концепция построения и функционирования организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности аграрных предприятий на основе их адаптации к условиям целевых рынков сбыта продукции, в основе которой лежит идентификация конкурентной структуры целевого рынка, определение рациональной позиции предприятия-товаропроизводителя, обоснован выбор инструментария воздействия на уровень конкурентоспособности предприятия и мобилизации его конкурентного потенциала. Идентифицированы экономические предпосылки и структурные тенденции конкурентного развития объектных рынков продукции аграрных предприятий. Предложен методический подход к определению конкурентного потенциала аграрных предприятий на основе систематизации их сбытовых систем и определение степени их адаптивности к изменениям конкурентной структуры и конъюнктуры целевых рынков сбыта. Развита стратегические направления повышения конкурентоспособности аграрных предприятий на основе обеспечения положительной динамики концентрации капитала с целью ускорения адаптации предприятий к изменениям характеристик целевых рынков.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентный потенциал, концентрация капитала, целевой рынок, адаптивный механизм.

Abstract.

Orel V., Taran N. Instruments of agricultural enterprises competitiveness' management systems market adaptation.

The article is devoted to the theoretical generalization and obtaining the new solution of scientific substantiation of adaptive economic mechanisms of agricultural enterprises competitiveness improving in the target markets of agricultural products. The conception of construction and operation of the organizational and economic mechanism of agricultural enterprises competitiveness increase on the basis of their adaptation to target markets products is grounded. The economic conditions and structural trends of objective competitive product markets of agricultural enterprises are identified. The methodical approach to determining the competitive potential of agricultural enterprises based on systematization of their marketing systems and determination of the adaptability to changes in the competitive structure of the market situation and target markets degree is considered. Strategic directions for improving the competitiveness of agricultural enterprises on the basis of ensuring the positive dynamics of the enterprises-producers capital concentration to accelerate and streamline enterprise adapt to changes are developed.

Keywords: competition, competitive potential, concentration of capital, target market, an adaptive mechanism.

Стаття надійшла до редакції 12.03.2017 р.

Бібліографічний опис статті:

Orel V.M. Інструменти ринкової адаптації систем управління конкурентоспроможністю продукції аграрних підприємств / В.М. Орел, Н.В. Таран // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2017. – № 1. – С. 40-50.

Orel V., & Taran N. (2017). Instruments of agricultural enterprises competitiveness' management systems market adaptation. Actual problems of innovative economy, No 1, pp. 40-50.



УДК 339.138

**ЗАЙЦЕВ Ю.О., кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка**

**КАТЕГОРІЯ «РИНКОВИЙ РОЗПОДІЛ» В ДОСЛІДЖЕННЯХ УПРАВЛІННЯ
МАРКЕТИНГОВО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Зайцев Ю.О. Категорія «ринковий розподіл» в дослідженнях управління маркетингово-збутовою діяльністю аграрних підприємств.

Стаття присвячена систематизації понятійно-категоріального апарату досліджень маркетингової та збутової діяльності аграрних підприємств. Розглянуто взаємозв'язок понять «маркетингова діяльність» та «збутова діяльність» підприємства з категорією «ринковий розподіл продукції». Встановлено, що як складова процесу відтворення, розподіл є ключовою стадією, яка визначає результативність, а отже й тип відтворення. При реалізації стадії розподілу продукції в структурі циклу відтворення приймаються та втілюються рішення, які вже на стадії обміну формують результати економічної діяльності суб'єктів. Доведено доцільність розгляду капіталу в якості об'єкта відтворення, що дозволяє ідентифікувати напрями, шляхи та інструменти забезпечення ефективності протікання всіх стадій відтворювального процесу на мікрорівні.

Ключові слова: ринок, маркетингова діяльність, збутова діяльність, аграрне підприємство, ринковий розподіл продукції.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Необхідність стабілізації розвитку суб'єктів аграрної сфери національної економіки, передусім, аграрних підприємств, актуалізує вирішення ключової проблеми економічної науки, а саме підвищення економічної ефективності здійснення ними виробничо-комерційної діяльності. При цьому сучасні реалії здійснення основної діяльності аграрними

товаровиробниками зміщують акценти у вирішенні питань підвищення економічної ефективності з площини впровадження прогресивних технологій та удосконалення організації виробництва продукції в площину раціоналізації управління маркетингово-збутовою діяльністю. Слід зазначити, що дві третини потенційних обсягів прибутку аграрні підприємства втрачають через неефективно та