

ланцюжка товароруку повинні бути збудовані в сучасні логістичні канали, що дозволить знизити собівартість продукції на основі мінімізації витрат з її доставки споживачеві та термінів її товароруку.

При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів і відмінності від конкурентів, які мають бути реальними і виділяти продукцію на ринку.

Однак, в будь-якому разі, ефективність діяльності оператора ринку будь-якого рівня оцінюється за результатами реалізації його продукції та обсягами отримання прибутку [2].

Література:

1. Аникин Б.А. Коммерческая логистика / Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. - М.: Проспект, 2005. - 432 с.
2. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1 (1). – Мелітополь : ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
3. Портер М. Международная конкуренция [Текст]: Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

ШАУЛЬСЬКА В. І.

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

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

За провадженням на підприємстві політик товаропросування та збуту, як одних з головних напрямів маркетингової діяльності, формування конкурентних переваг можливе за рахунок оптимізації ролі оптових продовольчих ринків в системі факторів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

Відсутність альтернативних каналів реалізації даної продукції призводить до негативного розвитку галузі та до кризи фінансово-економічного стану товаровиробників. Тому однією з умов вирішення проблеми постачання населення міст і ефективного збуту продукції вітчизняними товаровиробниками повинні

виступати оптові продовольчі ринки.

Метою створення таких ринків є стимулювання виробництва на основі формування ефективного механізму взаємної зацікавленості виробника і споживача сільськогосподарської продукції шляхом встановлення прямих зв'язків між ними, регулювання виробництва і збуту продукції з урахуванням задоволення споживчого попиту населення.

Відправними моментами системного формування оптових продовольчих ринків виступає основоположна концепція й об'єктивні особливості конкурентного середовища і позиція регіону у забезпеченні продуктами харчування шкіл, навчальних закладів та інших установ соціальної сфери. Це особливо актуальним стає в рамках реалізації соціальних цільових програм.

Необхідність створення оптових продовольчих ринків викликана тим, що єдина система матеріально-технічного постачання і збуту у сільському господарстві, що існувала в дореформений період була ліквідована, а стихійно виниклі ринки продовольства мають серйозні недоліки. До числа останніх відносяться дезінтеграція всіх ланок АПВ, скорочення інвестицій, зростання витрат виробництва і обігу, скорочення платоспроможного попиту населення, нерегульований імпорт, диспаритет цін та інші негативні економічні та соціальні відносини в сільському господарстві та ін.

Також, необхідно особливо підкреслити, що конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями підприємства. На відміну від можливостей, – це факт, що фіксується в результаті реальних переваг покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою й результатом господарської діяльності.

Як видно з викладеного, стратегії створення конкурентних переваг мають суттєві відмінні особливості, що дозволяють зробити висновок про те, що підприємство повинне для себе досить чітко визначати, яку стратегію воно збирається реалізувати, і ні в якому разі не змішувати ці стратегії. У той же час слід зазначити, що є певний зв'язок між цими стратегіями і це також слід враховувати при створенні конкурентних переваг. Використовуючи зазначений підхід, ми, фактично, можемо і характеризувати конкурентоспроможність підприємства та його продукції через систему базових показників ефективності поточної діяльності, адже головним критерієм оцінки поведінки оператора ринку є результативність [1].

Література:

1. Мандич О.В. Основні фактори формування ринкової позиції зерновиробників / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 149. – Харків : ХНТУСГ, 2014. – С. 224-229.
2. Райзберг Б.А. Курс управления экономикой / Б.А. Райзберг. – СПб.: Питер, 2003. - 528с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «АГРОФІРМА ім. Г. С. СКОВОРОДИ», ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ ЗОЛОЧІВСЬКОГО РАЙОНУ

ЯКОВАЄВА В. В

*Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – ст. викладач
Дудник О. В.*

Нестабільність економічної ситуації в Україні вимагає від керівників сільськогосподарських підприємств підвищеної уваги до управління власними та залученими ресурсами, зокрема оборотними активами.

Підприємствам для того, щоб вижити, необхідно правильно визначити свою стратегію та тактику поведінки на ринку та систематично проводити управління діяльністю підприємства з метою забезпечення найоптимальнішого обігу оборотних активів та підвищення ефективності діяльності.

Розвитку теорії та практики управління оборотними активами присвятили свої праці такі відомі вітчизняні та зарубіжні економісти, як О. Амоша, А. Бабич, І. Балабанов, О. Біла, М. Білик, І.О. Бланк, В. Бойко, Є. Брігхем, Н. Ізмайлова, А. Карбовник, О. Лиса, А. Омелянович, А. Пан, А. Поддєрьогін, В. Родіонова, В. Савчук, Г. Савицька, О.С. Стоянова, О. Терещенко, Д. Хан, М.М. Мазаракі, А.М. Карбовник, В.П. Савчук. Вони зробили неоцінний внесок в розвиток теорії економічної науки та обґрунтуванні методики впровадження результатів наукових пошуків в практичну діяльність підприємств.

В економічній літературі оборотні активи (оборотні кошти) переважно трактуються, як активи підприємства, які призначені для споживання або реалізації в продовж фінансового

року або операційного циклу і свою вартість повністю переносять на продукт, що виробляється.

Розмір оборотних коштів залежить від обсягу виробництва, умов постачання і збуту, асортименту виробленої продукції, сезонності роботи, тривалості виробничого циклу, порядку розрахунків та інших факторів.

Ефективність використання оборотних активів на підприємстві має важливе значення, оскільки справляє значний вплив на загальну ефективність всієї сукупності засобів, залучених підприємством. Тому постає необхідність в організації якісної системи управління ними. Вона розглядається як система цілеспрямовано організованих взаємодій між об'єктом та суб'єктом управління шляхом реалізації функцій управління із застосуванням комплексу методів, засобів і фінансово-економічних інструментів дослідження процесів формування та використання оборотних активів і джерел їх фінансування за обсягом, складом, структурою з урахуванням дії на них факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Також представляє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства, що полягає у формуванні необхідного обсягу і складу оборотних активів, раціоналізації й оптимізації структури джерел їх фінансування..

Завдання управління оборотними активами підприємства можна об'єднати в 2 основні групи:

1) досягнення належного рівня показників фінансової діяльності підприємства.

2) досягнення конкурентних переваг за рахунок мінімізації витрат та досягнення певної структури оборотних активів

Основними проблемами в управлінні оборотними активами є: раціональне управління запасами, дебіторською заборгованістю та грошовими коштами, вибір джерел фінансування.

Склад і структуру оборотних активів розглянемо на прикладі підприємства ПрАТ «Агрофірма ім. Г. С. Сковороди» який знаходиться в Харківській області Золочівського району с. Сковородинівка.

Визначивши розмір та структуру оборотних активів можна зробити висновок, що вартість оборотних активів за 2012-2014 роки збільшилася на 5,5млн.грн, та становить майже 21 млн. грн. Це зумовлено переважно за рахунок збільшення оборотних виробничих засобів на 40% (2,9 млн. грн.) та фондів обігу на 25%(2,6 млн. грн.). Збільшення оборотних активів свідчить про те, що їх достатньо для забезпечення безперервності процесів кругообігу грошових, матеріальних коштів і всієї діяльності підприємства.

Проте, добра ситуація на сьогодні не гарантує тривалого ефекту, і тому для забезпечення