

рентабельні, а які низькоефективні, й на основі одержаної інформації розробити заходи щодо дальшого вдосконалення галузевої структури і підвищення прибутковості виробництва, визначають показники рентабельності (крім норми прибутку) в цілому по рослинництву і тваринництву, а також по тих галузях, продукція яких набула товарну форму [1].

В Україні з 1990 по 2014 рік рівень рентабельності галузі рослинництва завжди був вищим в 2-3 рази, ніж рівень галузі тваринництва. Так, у 1990 році рівень рентабельності рослинництва становив 98,3%, а в тваринництві – 22,2%, у 2000 році в рослинництві – 30,8%, тваринництві – (-33,8%), у 2010 у рослинництві – 26,7%, тваринництві – 7,8%, у 2014 у рослинництві – 29,2%, тваринництві – 13,4% [2].

У зв'язку з тим, що показники рентабельності визначають зв'язок між сумою прибутку та величиною вкладеного капіталу, вони можуть бути використані в процесі прогнозування прибутку підприємства. Оцінка передбачуваного прибутку базується на рівні прибутковості за попередні періоди з урахуванням прогнозованих змін.

Крім того, велике значення рентабельність має для ухвалення рішень у області інвестування, планування, при складанні кошторисів, координуванні, оцінці і контролі діяльності підприємства.

Узагальнюючи викладене вище, необхідно підкреслити, що значення аналізу рентабельності полягає в оптимізації процесу управління основною діяльністю підприємства шляхом наукового обґрунтування резервів підвищення її ефективності.

Задачі аналізу рентабельності підприємства:

1. Оцінка виконання визначених параметрів рентабельності підприємства (плану, прогнозу тощо);
2. Вивчення динаміки показників рентабельності;
3. Виявлення і кількісний вимір впливу факторів на показники рентабельності підприємства;
4. Пошук резервів зростання рентабельності роботи підприємства;
5. Обґрунтування та розробка заходів щодо використання виявлених резервів.

Отже, рентабельність є показником, що комплексно характеризує ефективність діяльності підприємства. На його підставі можна оцінити ефективність управління підприємством, оскільки отримання високого прибутку і достатнього рівня прибутковості багато в чому залежить від правильності і оперативності управлінських рішень, які приймаються. Тому рентабельність можна розглядати як один із критеріїв якості управління суб'єктом господарювання.

Література:

1. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підручник / О.С. Іванілов. - К. : Центр учбової літератури, 2009. - 728 с
2. Статистичний збірник «Сільське господарство України» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm
3. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства Навч. посіб. - 2-ге видання. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 488с

ГОЛОВНІ ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

МАРЧЕНКО А. О.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник-ст. викладач

Дудник О. В.

За кордоном проблематика конкурентоспроможності посідає одне з центральних місць в економічному аналізі різних видів господарської діяльності різних суб'єктів. Перш за все це пов'язано з об'єктивним зростанням міжнародної і внутрішньої конкуренції протягом кількох останніх десятиліть. Фундаментальні зміни структури світового ринку, пов'язані з переходом групи країн від планової до ринкової економіки, призвели до драматичних наслідків в першу чергу для країн колишнього Радянського Союзу. Відсутність послідовних кроків з реформування внутрішнього ринку призвело до згорання національного виробництва і скорочення експорту і як наслідок втрати сфер впливу цих країн на міжнародних ринках.

Дослідженню теоретичних проблем конкурентоспроможності підприємств у ринкових умовах господарювання присвячені праці М. Портера, І. Ансоффа, А. Курно, Ф. Еджуорт, Дж. Робінсона, Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Д. Кемпбела, Дж. Стоунхауса, Б. Х'юстона, С.І. Савчука, Г.А. Азосва, А.Ю. Юданова та ін. Практичні питання дослідження конкурентоспроможності промислових підприємств розглянуто у публікаціях Г.А. Багієва, Т.О. Загорної, І.З. Должанського, М.Г. Долинської, В.Є. Реутова, О.М. Ястремської, Т.Ф. Рябової, В.А. Тарана, Н.М. Купріної, Х. Фасхієва, Р.А. Фатхутдінова та ін. Методи кількісної оцінки та аналізу конкурентоспроможності розглядали такі вчені, як І.Н. Герчикова, У.Г. Зіннуров, І.У. Зулкарнаєв, А.Р. Ільєсова, Р.А. Фатхутдінов, Х. Фасхієва та ін.

В умовах ринкової економіки виживання будь-якого підприємства, його стійке положення на ринку товарів визначається рівнем його конкурентоспроможності, тобто здатності виробляти і збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж товари їх конкурентів. Вона характеризує можливості і динаміку пристосування фірми до умов ринкової конкуренції.

Важливим аспектом конкурентоспроможності є наявність конкурентних переваг, тобто унікальних матеріальних і нематеріальних активів, якими володіє підприємство, які стратегічно важливі для бізнесу і дозволяють перемагати в конкурентній боротьбі. Щоб підприємство стало лідером на ринку, йому необхідно випереджати конкурентів у нововведеннях в системі виробництва і збуту, у встановленні нових цін, зниженні витрат. Тому конкурентоспроможність не є постійною ознакою; перевагу над суперником може втрачати з часом як за рахунок факторів зовнішнього середовища, так і за рахунок внутрішніх чинників.

Зовнішніми факторами конкурентоспроможності є:

1. Фінансово-кредитна, інвестиційна та податкова політика держави;
2. Ступінь конкурентоспроможності ринку;
3. Величина платоспроможного попиту;
4. Інфраструктура ринку;
5. Протекціоністська політика по відношенню до вітчизняних виробників;

до вітчизняних виробників;

6. Стандартизація і сертифікація продукції;
7. Рівень інформованості про ринкову кон'юнктуру;

Внутрішні чинники конкурентоспроможності:

1. Конкурентоспроможність продукції;
2. Фінансовий стан підприємства;
3. Маркетингова діяльність;
4. Організація і управління виробництвом;
5. Інноваційна діяльність і технології;
6. Розмір підприємства.

Конкурентоспроможна продукція - це продукція, що володіє більш високими властивостями в порівнянні з аналогами і користується в результаті підвищеним попитом. Конкурентоспроможність продукції - поняття відносне, чітко прив'язане до певного ринку і часу збуту, що особливо характерно для с.-г. товарів). Конкурентоспроможність продукції визначається її показниками якості, ціною, упакуванням, товарним знаком, рекламою і т.д. Важливим чинником конкурентоспроможності товару, також як і фірми в цілому, є її маркетингова діяльність. Вона передбачає рішення не тільки щодо пасивної задачі - ретельного вивчення вимог покупців і адаптації до них продукції, що випускається.

Підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок реалізації продукції, що користується попитом на ринку, стимулювання збільшення об'ємів продаж, розширення ринків збуту. Аналіз внутрішніх факторів впливу тісно пов'язаний з аналізом господарської діяльності підприємства.

Отже, під час оцінювання, прогнозування та управління конкурентоспроможністю підприємства необхідно враховувати усю сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають чи потенційно можуть вплинути на її формування.

Література:

1. Економіка галузей АПК; Під ред. І.А.Мінакова.-М.: До олоС, 2004.- 464 с.
2. Міжнародний с / г журнал "Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва", - № 1,2006.
3. Економіст "Малий і великий бізнес: тенденції становлення та специфіка функціонування", - № 4, 2001.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред.. О.Г. Янкового]. - Одеса: Атлант, 2013. - 470 с.

МІСЦЕ І ПРОБЛЕМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

МАРЧЕНКО А. О.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

**Науковий керівник - д.е.н., професор
Левкіна Р. В.**

Останніми роками взаємозв'язок українського і світового ринків насіння олійних культур та продукції їх переробки, який пов'язаний із поглибленням процесів міжнародного поділу праці та входженням України до числа світових лідерів з виробництва насіння соняшнику, соняшникової олії та проту є актуальним. Олійні культури вважаються в Україні головними експортними культурами. Також їх продукція є цінним джерелом протеїнів та мінералів та має продовольче і технічне призначення. В свою чергу виробництво олії – одне з базових харчових виробництв, продукція має широкий попит на внутрішньому та зовнішньому ринках.

У сучасних умовах зростання світової ціни на насіння соняшнику як високомаржинальної культури на зовнішньому ринку сприяє експортноорієнтованості виробників. Оскільки становлення