

КОНЦЕНТРАЦІЯ КАПІТАЛУ ТА КОНКУРЕНТНА СИТУАЦІЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

**ШАКІНА Ю.С.,* МАГІСТРАНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Розширене відтворення капіталу підприємств всіх галузей агропромислового комплексу є критерієм забезпечення результативності їх діяльності та сталого розвитку. При цьому єдиним шляхом досягнення та підтримання необхідного для цього рівня прибутковості поточної діяльності є гармонізація інтересів всіх учасників комерційних процесів на ринку сільськогосподарської продукції.

Метою дослідження є наукове обґрунтування механізму впливу концентрації капіталу всередині функціонально відокремлених груп суб'єктів ринку сільськогосподарської продукції на формування конкурентної ситуації на регіональному ринку сільськогосподарської продукції.

Концентрація капіталу в тій чи іншій галузі або всередині того чи іншого рівня маркетингової інфраструктури є вирішальним критерієм для застосування їх суб'єктами певних стратегій отримання результатів своєї діяльності, що, врешті респт, визначає конкурентну ситуацію на ринку. На наш погляд, рівень концентрації капіталу в групі суб'єктів, що складають певний рівень маркетингової інфраструктури ринку, визначає домінування їх інтересів на ринку або поглинання їх інтересів суб'єктами рівня, який характеризується більшим ступенем концентрації капіталу. При цьому саме зазначена обставина викликає всі дисбаланси всередині маркетингової інфраструктури того чи іншого об'єктового ринку, а наслідки її дії найбільш ядро виражено проявляються на ринку сільськогосподарської продукції.

Співвідношення рівнів концентрації капіталу всередині різних рівнів маркетингової інфраструктури впливає на механізм її формування в декількох напрямках, а саме: 1) зумовлює формування та процедури використання систем розподілу продукції на ринку певного товару; 2) впливає на формування конкурентної ситуації на ринку; 3) визначає ефективність діяльності операторів певного рівня

* Науковий керівник – Крашторуцький О.О., к.е.н., доцент

маркетингової інфраструктури; 4) визначає ступінь інтегрованості або дезінтегрованості різних за своїм функціональним навантаженням операторів та їх груп, а також інтенсивність вертикальних інтеграційних процесів; 5) створює умови для протікання горизонтальних інтеграційних процесів; 6) визначає можливості запровадження інноваційних виробничих та збутових технологій в практику поточної діяльності суб'єктів ринку.

Механізм протікання зазначених процесів реалізується через цінову динаміку, управління обсягами доданої вартості по стадіях розподілу товарів, а отже через розподіл інтересів, всередині каналів розподілу продукції на ринку. При цьому, на сьогоднішній день, на внутрішніх ринках продовольства та сільськогосподарської сировини цей механізм опосередковується через процедури цінового диктату з боку виробника, посередника того чи іншого рівня або переробного підприємства чи експортера, в залежності від домінування групи операторів всередині системи розподілу.

Результати виконаних досліджень доводять, що, на сьогоднішній день, на ринку сільськогосподарської продукції, а саме на об'єктових ринках продукції рослинництва значна частина доданої вартості (від 21,5 % до 34,9 % ціни споживання по видам продукції, що не розподіляється за каналами прямого збуту) формується у вигляді доходів суб'єктів сфери обігу. На ринках продукції тваринництва, невиробничі суб'єкти маркетингової інфраструктури формують від 52,8 % до 80,6 % ціни споживання. Зазначені обставини свідчать про суттєві дисбаланси в функціонуванні каналів розподілу на ринку. Однак, превалювання економічних інтересів торговельних посередників над інтересами виробників в процесі функціонування систем розподілу на ринках сільськогосподарської продукції та продовольства є типовим явищем.

Рівень концентрації капіталу в групі суб'єктів, що складають певний рівень маркетингової інфраструктури ринку, визначає домінування їх інтересів на ринку або поглинання їх інтересів суб'єктами рівня, який характеризується більшим ступенем концентрації капіталу. При цьому саме зазначена обставина викликає всі дисбаланси всередині маркетингової інфраструктури того чи іншого об'єктового ринку, а наслідки її дії найбільш ярко виражено проявляються на ринку сільськогосподарської продукції.

Вітчизняні виробники сільськогосподарської продукції ведуть свою збутову діяльність у достатньо складних умовах вітчизняного ринку, який є олігополізованим на рівні маркетингових посередників

та таким, що наближається до ринку досконалої конкуренції на рівні виробника. При цьому олігополізація даного ринку на рівні безпосередніх товаровиробників на сьогоднішній день не є можливою, в першу чергу, через низький рівень концентрації капіталу в аграрному секторі економіки та низький рівень ефективності їх діяльності. Отже, для забезпечення ефективного збуту продукції виробникам необхідно або збільшувати масштаб виробництва, або вирішувати проблему створення великих партій стандартної продукції, або встановлювати довготривалі прямі зв'язки з переробними підприємствами та крупними посередниками, тобто змінювати свою позицію в структурі системи розподілу продукції, що склалася на ринку.

Література.

1. Пасхавер Б. Ціни виробництва і споживання продовольчого ринку // Економіка України. — № 12, 2007. — С. 51-61.
2. Пустовойт О. Внутрішній ринок України: потенціальні та реальні можливості впливу на економічне зростання. // Економіка України. — № 3, 2007. — с. 52-59.
3. Сільське господарство України за 2006 рік. Статистичний збірник / За ред. Ю.М. Остапчука – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2007. – 368 с.
4. Трегобчук В. Інноваційно-інвестиційний розвиток національного АПК: проблеми, напрями і механізми / Економіка України. – 2006. - № 2. – с. 4-12.
5. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції (практичний посібник) / За ред. Саблука П.Т., Алексійчука В.М. та ін. — К., 2000.

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИВАТНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ЯНКОВСЬКА О.І.,* АСПРАНТ, ЖДУ ІМ. І. ФРАНКА

Як показало проведе нами вибіркове дослідження 67,1% опитаних керівників приватних сільськогосподарських підприємств Житомирської області визначили, що не здійснюють інноваційну діяльність, серед них 68,6% визначили себе як потенційні інноватори, тобто готовими до здійснення інноваційної діяльності за умов

* *Науковий керівник – Кузубов М.В., д.е.н., ст.наук.співроб.*