

експортно-імпортних перевезень, прискорення просування автотранспортних засобів на прикордонних переходах дозволить стимулювати надходження іноземного капіталу, як наслідок, відбудеться вдосконалення транспортних технологій та загальне поліпшення національної транспортної інфраструктури.

Проблеми розвитку транспортного комплексу, зокрема автомобільного, пов'язані з реформуванням інших галузей, оскільки обсяги продукції, промисловості, сільського господарства, будівництва та торгівлі переважно і визначають завантаженість транспортної системи. Сьогодні, на території України, сформувався цілий комплекс тіньових послуг, які надаються при нелегальних перевезеннях звичайних товарів, а також заборонених речовин та продукції. І на законодавчому рівні ці питання залишаються невирішеними.

Перехід на міжнародні стандарти і правила, що застосовуються при будівництві об'єктів автомобільного сервісу, транспортних комунікацій, при виробництві автотранспортних засобів; забезпечення безпечної роботи на автотранспорті на території України і за її межами значно підвищать потенціал автотранспортних послуг України на міжнародному рівні

В цілому формування і розвиток досконалої системи автомобільних перевезень в Україні потребує ефективного державного регулювання діяльності транспортних підприємств. Вирішення цих проблем дозволить звести до мінімуму затримку транспортних потоків, скоротять торговельні збитки; узгодять систему міжнародних перевезень та обслуговування .

Отже, державне регулювання міжнародних автомобільних перевезень в умовах ринкової економіки визначається необхідністю рішення соціально-економічних проблем на користь всього суспільства. В умовах ринкової економіки дія методів державного впливу істотно скорочується, нажаль, змінюються їх зміст, задачі та цілі, які вони вирішують. У зв'язку з цим необхідно розробити принципово інший план використання методів державного впливу.

Література.

1. Фединяк Г. Уніфіковані норми міжнародних договорів про міждержавні автомобільні перевезення / Г.Фединяк // Право України. – 2001. – №10. – С. 113-116.
2. Макаренко М. Економічна доцільність державного регулювання на транспорті / М.Макаренко // Економіст. – 2009. – №10. – С. 25-27.
3. Руновська З.В. Исследование и оптимизация системы управления транзитными перевозками / З.В. Руновская, А.В. Чадюк // Проблемы програмування –2008. – N2/3 (спец. вып.). – С. 691–694.
4. Садловська І.П. Основні тенденції та напрями діяльності транспортно-дорожнього комплексу та галузі зв'язку за 9 місяців 2007 р. / І.П. Садловська // Залізничний транспорт України. – 2007. – № 6. – С. 18–20.
5. Яцківський Л.Ю., Зеркалов Д.В., Загальний курс транспорту. Книга 2.: Навчальний посібник. – К.: Арістей, 2011. – 458 с.



ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ДЛЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***Довгопол Є.О., Каплуновський О.В., Абрамова В.С., Харківський національний
технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

В сучасних умовах функціонування українського аграрного ринку, а також з огляду на загальну економічну та політичну ситуацію в країні, особливо гостро стоять питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, як в рамках національного, так і на зовнішніх ринках. На нашу думку, в першу чергу, це стосується саме підприємств – виробників сільськогосподарської продукції, як важливих учасників отриманого валового національного продукту країни.

На жаль, на сьогоднішній день, говорити про високий рівень конкурентоспроможності в аграрному виробництві поки що неможливо, що викликано рядом як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів.

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності з огляду на останні тенденції розвитку ринку. Досвід розвитку цивілізації свідчить, що рух «здорової» економічної системи, орієнтованої на критерії ефективності і здатності до саморегулювання, відбувається на основі ринкових відносин [3]. Це тісно пов'язано з розвитком конкуренції, загалом, та конкурентоспроможності підприємств, зокрема. Для ефективнішого пошуку рішень щодо підвищення конкурентоспроможності, в першу чергу, важливо дати адекватне визначення цього терміну.

Якщо розглядати стан розвитку українського аграрного ринку з точки зору конкурентоспроможності, то необхідно відзначити ряд особливостей по її визначенню. По-перше, керуючись базовими принципами рівневої оцінки конкурентоспроможності, такими як системність, об'єктивність, динамічність, комплексність, безперервність і т.д., на нашу думку, особливу увагу слід приділити саме оптимальності. При цьому оптимальність слід розглядати не тільки односторонньо для виявлення конкурентних позицій підприємства на ринку, але і з боку визначення шляхів досягнення ефективних і конкурентоспроможних результатів виробничо-господарської діяльності окремих підприємств [5].

По-друге, існуючий методичний інструментарій щодо визначення рівня конкурентоспроможності підприємств за своїми показниками і критеріями не завжди враховує галузеві особливості. Зокрема, що стосується сільськогосподарських підприємств в більшості випадків не представляється можливим повно оцінити конкурентоспроможність не тільки через відсутність офіційних даних, а й через особливості функціонування ринку в цілому. Наприклад, за наявною моделі олігополістичного ринку, складно структурованим каналах розподілу продукції, які, в свою чергу, викликають появу цінового диспаритету, для сільськогосподарських підприємств на перше місце постають питання виробничо-комерційної діяльності, безпосередньо сприяють підвищенню прибутковості в короткостроковому періоді. Моменти, що стосуються якісних показників (імідж підприємства, рівень кваліфікації персоналу, деякі методи стимулювання збуту, рекламна діяльність та ін.) Для визнання в підприємствах даної сфери виникають на перспективний довгостроковий період.

Тому, по-третє, виходячи з вищесказаного, враховуючи галузеві особливості, а також умови і принципи діяльності основних учасників аграрного ринку - підприємств-виробників, на нашу думку, необхідно коригувати вже існуючі методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств, одночасно визначаючи інноваційність розвитку підприємств.

Оцінку конкурентоспроможності аграрних підприємств можна провести на основі методу, який заснований на теорії ефективної конкуренції. Так, найбільший рівень конкурентоспроможності мають ті підприємства, де ефективно організована робота всіх підрозділів - як виробничих, так і комерційних. Оцінка ефективності функціонування кожного з підрозділів ставить перед собою мету проведення оцінки ефективності використання відповідних ресурсів. Тому в основу даного методу покладено оцінка чотирьох групових показників - критеріїв конкурентоспроможності.

В першу певну групу входять показники, що характеризують ефективність виробничого процесу, зокрема, економічність виробничих витрат, експлуатація основних фондів, ефективність організації праці на виробництві. Друга група об'єднує показники, що відображають ефективність використання оборотних активів, а також можливість стабільного розвитку підприємства на перспективу). Третя група включає показники, які дають уявлення про ефективність збутової політики підприємства, а в четверту - показники конкурентоспроможності товару - співвідношення ціни і якості [2].

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства (ККП):

$$\text{ККП} = 0,15\text{Еп} + 0,29\text{Фп} + 0,23\text{Ер} + 0,33\text{Кт} \quad (1)$$

де Еп - значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

Фп - значення критерію фінансового стану підприємства;

Ер - значення критерію ефективності реалізації товару на ринку;

Кт - значення критерію конкурентоспроможності товару через ціну і якість;
0,15; 0,29; 0,23; 0,33 - коефіцієнти значущості критеріїв.

Критерій ефективності виробничої діяльності підприємства (Еп):

$$E_p = 0,313z + 0,19\Phi + 0,40P_t + 0,10\Pi \quad (2)$$

де z - відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції;

Φ - відносний показник фондівдачі;

P_t - відносний показник рентабельності товару;

Π - відносний показник продуктивності праці;

0,31; 0,19; 0,40; 0,10 - коефіцієнти значущості показників.

Критерій фінансового стану діяльності підприємства (Φ_{Π}):

$$\Phi_{\Pi} = 0,36K_a + 0,44K_{\text{л}} + 0,21K_{\text{об}} \quad (3)$$

де K_a - відносний показник автономії активів підприємства;

$K_{\text{л}}$ - відносний показник ліквідності активів підприємства;

$K_{\text{об}}$ - відносний показник оборотності оборотних активів;

0,36; 0,43; 0,21 - коефіцієнти значущості показників.

Критерій ефективності організації реалізації товару (E_p):

$$E_p = 0,44R_{\text{пр}} + 0,35K_z + 0,21E_k \quad (4)$$

де $R_{\text{пр}}$ - відносний показник рентабельності продажів;

K_z - відносний показник затовареності готовою продукцією;

E_k - відносний показник ефективності комунікацій, реклами та засобів стимулювання збуту;

0,44; 0,35; 0,21 - коефіцієнти значущості показників.

Критерій конкурентоспроможності товару є співвідношення приросту ціни товару до приросту його якості.

Також варто відзначити, отримані самі по собі коефіцієнти за один період не показують точну оцінку конкурентоспроможності, тому ми пропонуємо проводити аналіз за період як мінімум 3 років. Це дозволить визначити підвищення або зниження значення коефіцієнта, а також простежити за рахунок яких саме складових показників це сталося, щоб на перспективу виправити негативні моменти і результати виробничо-комерційної діяльності підприємства.

Відповідно до загальної теорії конкурентні переваги є результатом зниження собівартості продукції, високого ступеня диференціації товарів, розумного сегментування ринку, впровадження нововведень, швидкого реагування на потреби ринку і т.д. [3].

Формування конкурентних переваг можливо з точки зору різних економічних напрямів - економіки підприємства, менеджменту, маркетингу, логістики тощо.

Під конкурентними перевагами, з точки зору економіки підприємства, слід розуміти результат зниження виробничої собівартості, впровадження інновацій, підвищення продуктивності праці, поліпшення рівня кваліфікації персоналу, характеристики якості продукції та багато іншого.

З основ менеджменту, конкурентні переваги підприємства - це результат прийняття оптимальних управлінських рішень, раціональної організації виробництва, використання ефективних методів стратегічного і тактичного планування, підвищення мотивації персоналу і контролю.

За теорією маркетингу, конкурентні переваги - це результат правильності використання комплексу маркетингу на підприємстві, зокрема, стратегій товарної та асортиментної політики, ціноутворення, політики розподілу та просування продукції.

З точки зору фінансової діяльності, конкурентні переваги - це забезпечення стабільного фінансового стану, фінансової стійкості та зростання власного капіталу підприємства, залучення інвестицій в проекти, що приносять високі доходи за найменшого ризику.

Через призму підприємництва, конкурентні переваги - це умови виживання підприємства в конкурентному середовищі і джерело отримання максимального прибутку від ведення виробничо-господарської діяльності підприємства.

За концепцією логістики, конкурентні переваги - це результат економії і ефективного використання матеріальних ресурсів (в різному їх прояві). Саме застосування логістичного

підходу до формування конкурентних переваг аграрних підприємств, як одного з шляхів підвищення їх конкурентоспроможності, і є підставою для проведення даного дослідження.

Однак, на нашу думку, найбільш вдалим є визначення конкурентних переваг через конкурентоспроможність підприємств. Причому, в першу чергу, при формуванні їх ринкової позиції. Це викликано тим, що саме позиція підприємства та його продукції на ринку визначає його поведінку при веденні своєї поточної виробничо-комерційної діяльності [2]. В кінцевому підсумку, саме цей вид діяльності для сільськогосподарських підприємств і є основним джерелом отримання і максимізації прибутку.

В основі стратегії досягнення конкурентних переваг лежить концепція М. Портера. Відповідно до неї конкурентні переваги є результатом зниження собівартості продукції, високого ступеня диференціації товарів, розумного сегментування ринку, впровадження нововведень, швидкого реагування на потреби ринку і т.д. [3]. Як спосіб їх досягнення виступає логістичне адміністрування. Починаючи з 1990-х рр. Логістика стала найважливішим стратегічним інструментом в конкурентній боротьбі, невід'ємною частиною стратегії бізнесу.

Логістичний процес в аграрному виробництві на рівні сільськогосподарських підприємств реалізується за допомогою потоків, що функціонують між елементами і підсистемами виробничого підприємства, а також між виробником і зовнішнім середовищем. Управління підприємством, інтегрує сукупність функцій стратегічного планування, організації, мотивації і контролю та ін., Задає параметри бажаного стану функціонування підприємства, мотивуючи їх досягнення через систему стимулів. Саме ці стимули і можна визначити як конкурентні переваги аграрних підприємств, тому процес їх формування на даному етапі розвитку АПК є актуальним.

Впровадження методів логістичного менеджменту в практику бізнесу дозволяє підприємствам істотно скоротити товарні запаси, прискорити оборотність оборотних коштів, знизити собівартість продукції і логістичні витрати, забезпечити задоволення споживачів в якості продукції і супутньому сервісі. Так, ефективний логістичний менеджмент може зменшити загальні витрати, даючи підприємству постійне лідерство в рівні витрат на певному сегменті ринку з подальшим акцентом на мінімізації ціни і високий рівень якості продукції та послуг.

Не менш очевидно вплив логістики на поліпшення становища підприємств на ринку, що оцінюється збільшенням їх частки і багато в чому залежить від конкурентоспроможного рівня обслуговування споживачів. Істотний вплив на оборотний капітал логістика надає через скорочення запасів. В результаті учасники ланцюжка руху товару повинні бути побудовані в сучасні логістичні канали, що дозволить знизити собівартість продукції на основі мінімізації витрат на її доставку споживачеві і термінів її руху товару.

Інтеграційні процеси в світі та глобалізація економіки змінюють поведінку сучасного споживача, який при прийнятті рішення про покупку товару виходить з набору очікувань на рівні кращих світових стандартів, вимагає товари високої якості за прийнятною ціною, очікує швидкого реагування на їх запити і скорочення циклу поставки.

Підприємства все більше оцінюються не тільки з точки зору якості їх продукції і сервісу, але гнучкості і здатності дотримуватися правил логістики: поставляти готову продукцію вчасно в невеликих обсягах, відповідно до замовленого кількості і безпосередньо до місця споживання.

Оцінку конкурентоспроможності аграрних підприємств можна провести на основі методу, який заснований на теорії ефективної конкуренції. Так, найбільший рівень конкурентоспроможності мають ті підприємства, де ефективно організована робота всіх підрозділів - як виробничих, так і комерційних. Оцінка ефективності функціонування кожного з підрозділів ставить перед собою мету проведення оцінки ефективності використання відповідних ресурсів. Тому в основу даного методу покладено оцінка чотирьох групових показників - критеріїв конкурентоспроможності.

При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів і відмінності від конкурентів, які повинні бути реальними і виділяти продукцію на ринку. Однак, в будь-якому випадку, ефективність діяльності оператора ринку будь-якого рівня оцінюється за результатами реалізації його продукції та обсягами отримання прибутку [4].

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Горкавий В.К. Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях / В.К. Горкавий, О.В. Іващенко // Економіка АПК. – 2008. – № 7 (165). – С. 105-111.
3. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
4. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1. – Мелітополь: ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Райзберг Б.А. Курс управління економікою / Б.А. Райзберг. – СПб.: Питер, 2003. - 528с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.



ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Дядькін О.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н. Гіржева О.М.

При виникненні та розвитку логістики за кордоном основною причиною її розвитку став пошук резервів у позавиробничій галузі за рахунок системного підходу до виробничих процесів та їх транспортно-складського забезпечення з урахуванням особливостей товарообороту.

Для того щоб прискорити розвиток логістики в Україні, важливо з'ясувати причини, які стримують її практичне застосування.

По-перше, це відсутність належного державного підходу до проблем логістики, що виявляється як у відсутності відповідної правової бази, так і у нестачі спеціалістів і центрів їх підготовки.

По-друге, відсутній комплексний облік витрат, при якому їх зростання у транспортно-складському господарстві перебивається ефективністю, досягнутою за межами цієї галузі господарства. Разом з тим існуюча система бухгалтерського обліку, методика виробничого госпрозрахунку, які застосовуються на практиці, поки що не дають можливості для повної оцінки витрат і результатів на рівні відповідних підрозділів і служб підприємства.

По-третє, логістичний підхід передбачає проведення кардинальних змін у структурі підприємства, перехід до більш гнучких організаційних структур, створення спеціалізованих цехів і служб транспортно-складського господарства.

По-четверте, розвиток ідей логістики гальмується недоліками у професійній підготовці кадрів. Існує ще багато інших причин, ліквідація яких прискорила б широкомасштабне впровадження логістики у практику.[1]

Логістика як наукова дисципліна та практика менеджменту може стати надійним помічником у вдосконаленні діяльності підприємств. З цією метою в Україні необхідно створити розгалужену мережу логістичних ланцюгів, що в сучасних умовах допоможе підприємствам швидше встановити нові господарські зв'язки. Такі служби спроможні швидко відновити виробничий ритм, подолавши бар'єр у господарських відносинах.[2]

При розробці логістичних моделей, орієнтованих на використання на загальноекономічному просторі України, необхідно враховувати ряд особливостей: