

продукції;

- забезпечення населення достовірною інформацією щодо складу та безпечності харчових продуктів.

Література

1. Howard Albert. An Agricultural Testament. Oxford University Press, London. 1943.
2. Принципи, затверджені IFOAM щодо органічних продуктів. Режим доступу: (<http://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/principles-organic-agriculture>)
3. Закон України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» від 03.09.2013 № 425-VII
4. Yearbook "The World of Organic Agriculture". Режим доступу: (<http://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2016.html>)
5. Лупенко Ю.О., Месель-Веселяк В.Я. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року. К.: ННЦ ІАЕ, 2012. - 182 с.
6. Дудар Т.Г, Дудар О.Т. Розвиток органічного агровиробництва як основа забезпечення якості і безпечності сільськогосподарської продукції в Україні/ Т.Г. Дудар, О.Т.Дудар// Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. Випуск 1 (1), 2014. – С.11-15.

Олексій Красноручий

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

ІДЕНТИФІКАЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРУКТУР ЦІЛЬОВИХ РИНКІВ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ринок будь-якого товару є динамічною системою, характеристики якої визначають як ефективність діяльності його суб'єктів, так і повноту виконання основних функцій самого ринку. Не є виключенням і ринок сільськогосподарської продукції. Проте, негармонійний характер розподілу доходів між суб'єктами сфер виробництва та обігу сільськогосподарської продукції є, одночасно, наслідком проблем функціонування внутрішнього ринку та головною перешкодою його ефективного розвитку.

Вивчення особливостей функціонування суб'єктів маркетингової інфраструктури внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції та характеристик їх взаємодії з товаровиробниками складає основу опрацювання заходів, спрямованих на гармонізацію відносин учасників ринку та підвищення результативності його функціонування. Слід зазначити, що об'єктовим ринкам сільськогосподарської продукції притаманна диференційована структура каналів розподілу. При цьому ключовим критерієм повноти та досконалості реалізації економічних інтересів є ефективність виробничо-комерційної діяльності.

Для оцінки результативності діяльності товаровиробників та посередників на найбільш типових товарних ринках сільськогосподарської продукції в дослідженні нами використаний питомий показник обсягу реалізації продукції на одиницю повних витрат на кожному етапі товароруху. Характер розподілу значень даного показника може бути описаний певною функцією, значення залежної змінної якої визначаються значеннями періоду часу та порядковим номером стадії розподілу продукції, зважаючи при цьому на те, що окремі стадії розподілу обслуговуються функціонально відокремленими групами операторів ринку.

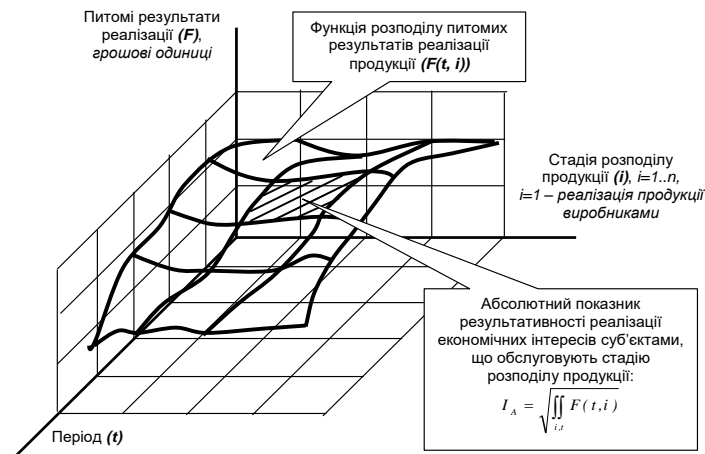


Рис. 1. Функція розподілу питомих результатів реалізації продукції та абсолютний показник результативності реалізації економічних інтересів учасників ринку*

* джерело: власна розробка

Характер встановленої закономірності дозволяє зробити припущення про те, що місцезнаходження екстремуму значення функції розподілу питомих результатів реалізації продукції на її графіку, тобто отримання найбільших або найменших результатів відповідною функціонально відокремленою групою суб'єктів ринку, опосередковано свідчить про ступінь розвитку самого ринку певного товару. Звертаючи увагу на відмінності в функціонуванні систем розподілу продукції розглянутих в дослідженні об'єктових ринків, зміщення максимальних значень питомих результатів реалізації продукції, особливості конкурентних ситуацій, а також виявлені математичні закономірності зміни параметрів функцій розподілу та порядок розміщення розглянутих ринків у відповідності до результативності діяльності виробників продукції було зроблено припущення про те, що вони характеризуються різними показниками свого розвитку.

Зважаючи на нівелювання факторів, що дозволяють створювати конкурентні переваги шляхом створення унікальних товарів та застосування відповідних стратегій ринкової поведінки виробників, циклічні тенденції опосередковуються саме через цінові та результативні індикатори, які опосередковуються в генезисі типів конкурентної ситуації (рис. 2).

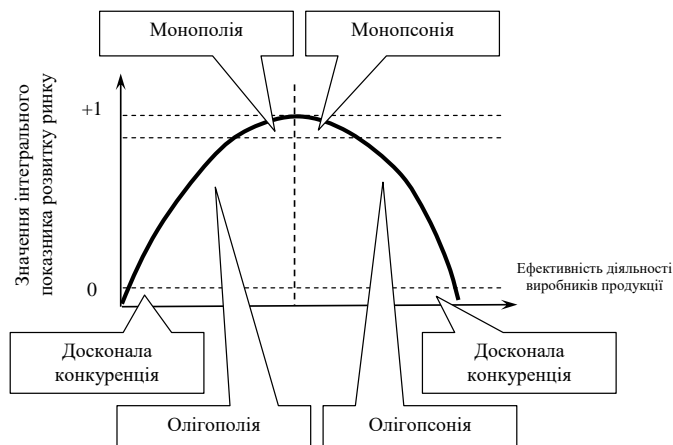


Рис. 2. Трансформація конкурентних структур цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств*

* джерело: власна розробка

При наближенні значень інтегрального показника розвитку ринку до нуля конкурентна ситуація наближається до досконалої конкуренції, тобто поріг входження нового виробника або постачальника не є високим, а кількість споживачів та постачальників є майже необмеженою. За таких умов окремі виробники та постачальники набувають цінних конкурентних переваг через об'єктивні та суб'єктивні обставини, поєднують свої інтереси через інструменти лідерства в ціні або менеджерсько-поведінкові процедури, в свою чергу,

конкурентна ситуація на ринку набуває ознак олігополії. Про це свідчить зростання інтегрального показника розвитку ринку, а також позитивні значення першої похідної функції, що описує зміну цього показника.

По мірі наближення значень інтегрального показника до одиниці кількість постачальників на ринку поступово знижується через об'єктивні процеси розвитку капіталізації виробничого бізнесу, підвищення концентрації виробничого капіталу, поглинання, злиття тощо, внаслідок чого конкурентна ситуація наближається до монополії. Все це відбувається при позитивних значеннях функції залежності інтегрального показника від ефективності діяльності виробника. Зміна ж знаку значень вказаної похідної свідчить про деструкцію цінової та об'ємної динаміки ринку, еквівалентом чого є скорочення кількості споживачів, тому значення інтегрального показника наближені до одиниці в даному інтервалі дозволяють класифікувати конкурентну ситуацію як моносонічну.

За таких умов набуває високої ефективності функціонування споживача, в якості якого можна розглядати певну групу суб'єктів сфери обігу на певному рівні ринкової інфраструктури, чисельність якої збільшується, проте, з досить значним порогом входження в цей бізнес. Значення інтегрального показника розвитку ринку знижуються при збереженні від'ємних значень похідної функції залежності цього показника від ефективності діяльності виробника, а конкурентна ситуація набуває характеристик олігосонії. На цьому фоні суттєво знижується поріг входження у виробничий бізнес, а інертність сировинних ринків сприяє залученню інвестицій в сферу обігу сільськогосподарської продукції з інших секторів економіки. Останнє призводить до збільшення кількості покупців та постачальників на ринку, що призводить до суттєвого зниження інтегрального показника розвитку ринку та його класифікації, знову, як наближеного до ситуації досконалої конкуренції.

Література

1. Амбросов В. Я. Зібрання наукових праць. Т. 5 Економічні умови відтворення сучасних агроформувань. / В. Я. Амбросов. – Х.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 477 с.
2. Гришова І. Ю. Особливості формування конкурентних переваг в системі конкурентних відносин підприємств харчової промисловості / І. Ю. Гришова, О. В. Митяй // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2014. – № 11. – С. 211-218.
3. Онегіна В. М. Державне регулювання цін і доходів аграрних товаровиробників [монографія]. / В. М. Онегіна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 590 с.
4. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери [монографія] / О. М. Могильний. - Ужгород: ІВА, 2005. - 400 с.
5. Ульянченко О. В. Державна політика захисту і розвитку конкуренції в аграрному секторі як метод регулювання ринку / О. В. Ульянченко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб.наук.праць – Вип. 252: в 6 т. – Т.6. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С. 1467-1472.
6. 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.
7. Красноруцький О.О. Системи управління збутовою діяльністю аграрних підприємств: стратегія, механізми, інструментарій [монографія] / О.О. Красноруцький. — Херсон: Грін Д.С, 2012. —348 с.