

близько півмільйона тон в Йорданію, понад 400 тис. т в Іран та Сирію, 370 тис. т в Ізраїль. Підвищений експортний попит сприяє стабільності цін на фуражний ячмінь, що з одного боку вигідно сільгоспвиробникам, які його вирощують, а з іншого обумовлює зниження внутрішнього споживання ячменю на корм. Найбільш вірогідно, доки суттєво не поліпшиться фінансовий стан тваринницької галузі та не відновиться поголів'я, обсяги експортного збуту фуражного ячменю залишатимуться суттєвими.

Експерти прогнозують зниження світового споживання зернових, порівняно з поточним сезоном, зниження станеться за рахунок істотного використання зернових на корми в країнах ЄС, СНД, Південно – Східної Азії та Канаді, що пов'язано із пташиним грипом.

Таблиця 2. Світове виробництво ячменю у 2003/04/05 МР, млн. т

№	Провідні виробники	2002 -2003	2003 - 2004	2004 -2005
1.	РФ	18,70	18,00	17,20
2.	Канада	7,49	12,33	13,19
3.	Україна	10,36	6,85	11,10
4.	Австралія	3,87	10,39	7,70
5.	Туреччина	7,20	6,90	7,40
6.	США	4,94	6,06	6,09
7.	Китай	3,32	2,72	2,90
8.	ЄС - 15	0,0	0,0	0,0
9.	ЄС -25	56,51	54,83	61,75
Інші	країни	21,49	23,91	26,03
Усього	в світі	133,88	141,98	153,36

Висновки. Регіональний ринок зерна – система економічних відносин з приводу купівлі-продажу зернової продукції в межах певного територіального простору. Регіональні ринки, слугуючи основою ринкової ієрархічної піраміди, складають національні ринки, сукупність яких формує загальний світовий ринок. Ситуація на сучасному світовому ринку складається таким чином, що саме регіони виступають повноправними представниками країн, спеціалізуючись на виробництві і торгівлі характерними для них видами продукції. Досліджуваний регіон має ряд особливостей, які вважаємо за конкурентні переваги над іншими виробниками зернової продукції. Перш за все, це сприятливі природно-кліматичні умови, які дозволяють вирощувати високоякісне продовольче зерно. По-друге, віками відпрацьовані технології, наявність великих масивів найкращих у світі чорноземів дозволяють вирощувати зерно з відносно низькою виробничою собівартістю. По-третє, досвід реалізації на вітчизняному та світовому ринках, наявність збутової інфраструктури і близькість до морських портів можуть забезпечувати найменші, порівняно з іншими регіонами, витрати маркетингового ланцюга. В кінцевому результаті, ці фактори позитивно впливатимуть на конкурентоздатність регіону на зернових ринках.

Джерела та література

1. Насінництво й насієзнавство зернових культур / М.М.Гаврилюк, М.А.Литвиненко, М.О.Кіндрок. –К.: Аграрна наука, 2003.– 240 с.
2. Обзор рынка зерновых и продуктов их переработки // Хранение и переработка зерна.– 2006. – №1.– С. 6–8.
3. Пазій І.П., Бабарика Г.М., Єгорова Н.Ю. Фінансування та ефективність державної підтримки розвитку селекції і насінництва зернових культур в Україні // Економіка АПК. – 2005. – № 8. – С. 116–120.
4. Плогнікова М.Ф. Розвиток підприємств зернопродуктового підкомплексу в сучасних умовах // Економіка АПК. – 2005. – № 9. – С. 35–41.
5. Прогноз урожая зерновых культур в Украине // Хранение и переработка зерна. – 2006. – № 1. – С. 6–8.
6. Рибка В.С. Резерви підвищення продуктивності і економічної ефективності виробництва ярої пшениці в умовах південного Степу України/ В.С. Рибка, О.В. Ковтун, О.В. Андрійченко // Хранение и переработка зерна. – 2006. – № 1. – С. 15–16.
7. Рыбчинский Р.С. Общая характеристика зернозаготовительной отрасли Украины // Хранение и переработка зерна.– 2006. –№ 1.– С. 15–16.

Гирля С.М.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА – ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ

Вступ. Конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина і ціле. Можливість господарства конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції, а також сукупності економічних методів управління діяльністю підприємства, що здійснюють вплив на результати конкурентної боротьби.

При виході підприємства на зовнішній ринок, конкурентоспроможність підприємства це здатність ринкового суб'єкта діяти в довготерміновому періоді на світовому ринку, тривалий час відстоювати власні переважні позиції завдяки використанню ефективної стратегії, отримуючи прибуток, достатній для науково-

технічного вдосконалення виробництва, матеріального стимулювання працівників та підтримки продукції на високому якісному рівні.

При дослідженні питань ефективного функціонування підприємств на зовнішньому ринку, варто звернути увагу на те, що за лічені місяці Україна вступить до СОТ і, очевидним є той факт, що найбільш відчутно постраждає від цього, особливо у перші два роки, більшість підприємств агропромислового комплексу і безпосередні сільськогосподарські товаровиробники.

Негативні очікування для сільського господарства від участі в системі СОТ пов'язані з прогнозованим зниженням конкурентоспроможності вітчизняної продукції як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Тим більше, що Україна за рівнем конкурентоспроможності з 117 країн світу посідає лише 84 місце.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми розробки стратегії конкурентоспроможності приділяється багато уваги в наукових працях: А.П. Градова, А.М. Кандиби, Н.М. Лещука, В.М. Нелепа, В. Пастухової, І.Ю. Сіваченка, І.Ф. Фомінського, З.С. Шершньової та інших. Проте, не в достатній мірі висвітлені питання стосовно особливостей розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності і саме на аграрних формуваннях. Отже розробка стратегії конкурентоспроможності є нагальною проблемою.

В економічній літературі існують різноманітні визначення поняття «стратегія». Зокрема, І.Ф. Фомінський визначає останню як форму управління способів використання засобів і ресурсів, спрямованих на досягнення цілі чи інших операцій; процес створення і підтримки відповідності між цілями організації і шансами в здійсненні передбачених завдань; міцний і відносно стійкий центр головних елементів у системі управління; окреслення завдань, і шляхів розвитку політики, довготривалі цілі тощо. Стратегія – це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься, а також яких підприємницьких, конкурентних і функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану. У праці І. Ансоффа «Стратегічне управління» наводиться таке поняття стратегії: «За своєю сутністю стратегія є переліком правил для прийняття рішень, якими організація користується в своїй діяльності». Стратегія – це довгостроковий курс розвитку фірми, спосіб досягнення цілей, який вона визначає для себе, керуючись власними міркуваннями в межах своєї політики. Для розробки стратегії кожне підприємство має усвідомити такі важливі елементи своєї діяльності: місію; конкурентні переваги; особливості організації бізнесу; ринки збуту, де діє фірма; продукцію (послугу); ресурси; структуру; виробничу програму; організаційну культуру.

Основна частина. Формування будь-якої стратегії потребує використання сукупності методів та інструментів. Причому в залежності від об'єкта формування стратегічних основ та етапів розробки вони суттєво різняться.

Формування стратегії конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції на аграрних підприємствах, на нашу думку, можна подати у вигляді певної послідовності етапів.

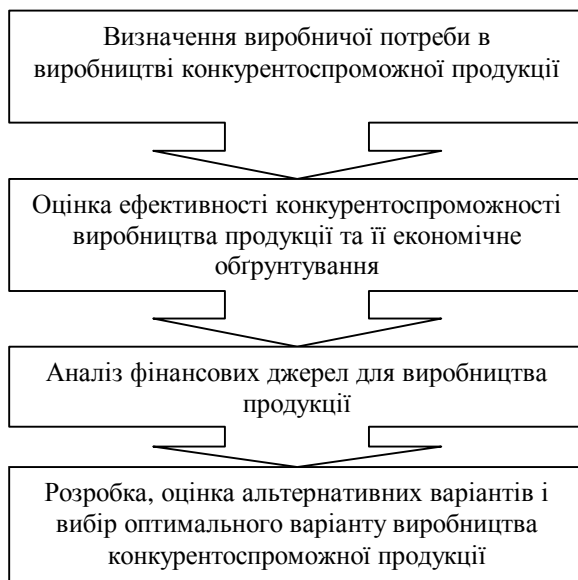


Рис. 1. Основні етапи формування стратегії конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції аграрним підприємством

Перший етап є початковим етапом формування стратегії та передбачає визначення виробничої потреби в виробництві конкурентоспроможної продукції. Він полягає в проведенні аналізу стану виробництва продукції, результати якого дають можливість виявлення системи пріоритетів виробництва продукції. На другому етапі необхідно здійснити оцінку ефективності виробництва конкурентоспроможної продукції з допомогою системи показників та її економічне обґрунтування.

Третій етап передбачає аналіз структури фінансових ресурсів на виробництво продукції. Формування та оцінка фінансових ресурсів, пов'язаних з виробництвом продукції є важливим складовим елементом етапів стратегії конкурентоспроможності. Розробка такої стратегії покликана забезпечити фінансування заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції у

передбаченому обсязі. В умовах ринкової економіки виробництво аграрної продукції здійснюється за рахунок фінансових ресурсів, для формування яких використовуються власні, позикові та залучені кошти, акумулювання фінансових ресурсів суб'єктами господарювання та їх подальший розподіл буде сприяти конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції. Слід зауважити, що стратегія оновлення повинна включати оцінку як зовнішніх, так і внутрішніх фінансових джерел. До внутрішніх фінансових ресурсів підносять амортизаційні відрахування, нерозподілений прибуток, страхова сума відшкодувань збитків, пов'язаних з втратою майни, а також суми, отримані від продажу основних засобів. До зовнішніх фінансових ресурсів, необхідних для підвищення конкурентоспроможності виробництва аграрної продукції, відносяться довгострокові позички, які можна залучити у вигляді кредиту або лізингу, та кошти іноземних інвесторів. Проте сучасні умови господарювання обумовлюють необхідність розробки на підприємствах механізму формування власних фінансових ресурсів, спрямованих на удосконалення конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції. Об'єктами відрахувань можуть бути обсяг реалізації продукції, фонд оплати праці, відсоток відрахувань повинен визначатися самим підприємством та може різнитися в залежності від конкретних виробничих ситуацій.

Структура фінансових ресурсів, необхідних для підвищення конкурентоспроможності виробництва продукції сільськогосподарським підприємством вимагає оцінки запропонованих альтернативних варіантів, що є метою розробки четвертого етапу стратегії конкурентоспроможного сільськогосподарського підприємства.

Для утримання конкурентних позицій на ринку, на наш погляд, доцільно насамперед скласти так званий «господарський портфель». Останній передбачає визначення його стратегічних видів продукції та напрямів діяльності: «зірки» – ті, що приносять основний прибуток підприємству і сприяють його економічному зростанню; «дійні корови» - в незначній мірі сприяють економічному зростанню підприємства; «важкі діти» - нові товари, які не приносять поки що прибутку, але в майбутньому можуть стати «зірками»; «мертвий вантаж» або «невдахи» - товари, які не приносять прибутку.

За вказаними складовими нами був розроблено господарський портфель для ЗАТ «Оберіг» Арбузинського району Миколаївської області на 2008 р., який ураховує особливості побудови та функціонування сільськогосподарських підприємств.

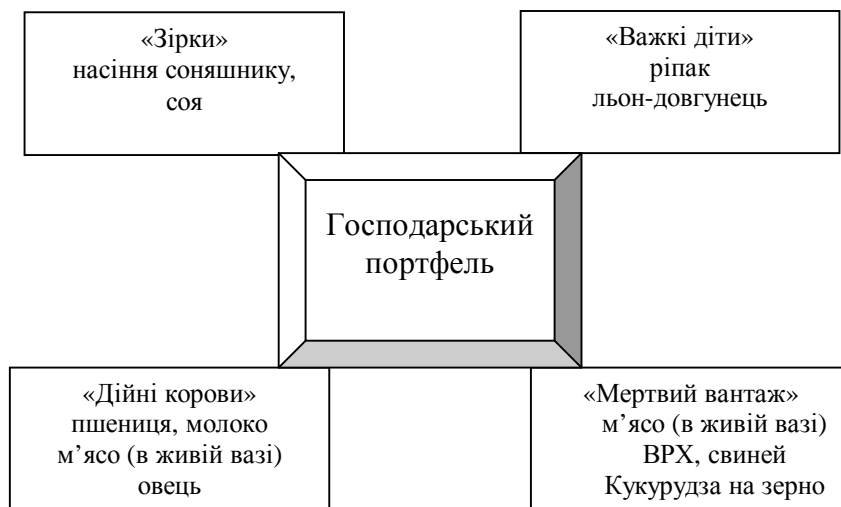


Рис. 2. Господарський портфель ЗАТ «Оберіг» Арбузинського району Миколаївської області на 2008 рік

Вказаний для цього підприємства «портфель» на 2008 р. був побудований нами виходячи з досягнутого у 2007 році рівня ефективності виробництва вироблених в ньому видів продукції. У майбутньому ж, на нашу думку, аналізованому господарству доцільно виявити основні причини нежиттєздатності тваринницьких галузей і розробити заходи щодо підвищення ефективності їх функціонування з подальшим переведенням в групу «дійні корови». Крім того, потребують просування на ринок такі товари, як ріпак, льон-довгунець, які поки що відносяться до групи «важкі діти». Всі види СГП взаємопов'язані між собою і в цьому взаємозв'язку впливають один на одного і на розвиток підприємства в цілому. Тому, плануючи свій господарський портфель, підприємство повинно постійно тримати в полі зору становище кожного свого СГП на ринку і забезпечувати оптимальне співвідношення між ними в портфелі. Довготривале відхилення від оптимальної збалансованості в портфелі може привести до кризисного стану підприємства.

Вирішення вказаних питань дозволить значно підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Висновки. На сьогоднішній день проблема розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності в сільськогосподарському, формуванні є досить актуальною, так як в недалекому майбутньому Україну чекає вступ до СОТ. А це означає, що сільськогосподарських підприємств не мине участь зайняти відповідну нішу на світовому ринку. Виділення етапів впровадження стратегії конкурентоспроможності та розробка господарського портфеля для підприємства є необхідним інструментом при розробці стратегії конкурентоспроможності підприємства. За допомогою її підприємство може виявляти та контролювати всі аспекти його

діяльності, визначати фактори, які вплинуть на діяльність підприємства та узгоджувати цілі стратегічної діяльності з місією підприємства.

Джерела та література

1. Кандиба А.М. менеджмент ЗЕД: Навч. посіб. – К.: Аграрна наука, 2004. – 508 с.
2. Основы внешнеэкономических знаний: Учебник для экономического образования / под ред. Фаминского. – М.: Междунар. Отношения, 1990. – 560 с.
3. Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей / под. ред. Ольве, Рой, Ветер, Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. – 304с.
4. Нелеп В.М. Планування на аграрному підприємстві: Підручник. – К.: КНЕУ. – 2004. – 495 с.
5. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): Підручник. – К.: МАУП. – 2003. – 185с.

Данильченко В.А.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

Постановка проблемы. Переход Украины к рыночным отношениям способствует изменению функционирования системы управления экономикой, приводит к появлению ее новых форм, повышению экономической самостоятельности предприятий, в том числе предприятий оптовой торговли, расширению самоуправления, повышению и усложнению требований к личности руководителя.

Эффективность деятельности оптовых торговцев практически всегда выше благодаря размаху операций, большему числу деловых контактов в сфере розничной продажи и наличию специальных знаний и умений. Розничные торговцы, имеющие дело с широким ассортиментом товаров, обычно предпочитают закупать весь набор товаров у одного оптовика, а не по частям у разных производителей.

С другой стороны, следует обратить особое внимание на то, что новые организационные структуры еще активно не влияют на повышение эффективности предпринимательской деятельности, наблюдается недостаток опыта и компетенции кадров всех уровней и звеньев хозяйственного управления, что сдерживает трансформационные процессы нашей страны.

Анализ исследований и публикаций. В современной литературе постановка проблемы была рассмотрена многими авторами, например, Фатеевой Н.В. и Чепоровым В.В. были определены принципы, используемые для формирования мнения и принятия решений, на которые существенным образом влияют фактические и прогнозные данные о финансовом состоянии предприятия [1, с. 20]. Сухова Л.Ф., Глаз В.Н., Чернова Н.А. рассмотрели цикл бизнес-планирования – от подготовительного этапа до конкретного планирования основных и оборотных средств, закупок товаров, издержек обращения и т.д. [2, с. 167]. Гинзбург А.И. на основе экономического анализа ознакомил со способами и последовательностью анализа основных экономико-финансовых показателей [3, с. 111]. Турило А.М. рассмотрела особенности расчетов показателей оценки финансовой деятельности [4, с.100] и многие другие, мнение которых сходятся в том, что в условиях рыночной экономики предприятие может нормально и стабильно функционировать только при соответствующем финансовом состоянии, которое характеризуется рядом показателей, отражающих наличие и использование его денежных ресурсов. Для оценки такого состояния требуется всесторонний анализ всех без исключения направлений финансовой деятельности хозяйствующего субъекта.

Таким образом, актуально будет определить методы оценки эффективности финансово-экономической деятельности предприятий оптовой торговли.

Постановка цели. Целью данной статьи является определение методов оценки эффективности функционирования финансово-экономической деятельности предприятий оптовой торговли.

Объектом исследования выступает финансово-экономическая деятельность предприятий оптовой торговли.

Предметом исследования является анализ эффективности функционирования финансово-экономической деятельности предприятий оптовой торговли.

Основной материал

Согласно Положению о порядке осуществления анализа финансового состояния предприятия для оценки финансового состояния предприятия используют следующие показатели:

§ ликвидность и платежеспособность;

§ рентабельность деятельности;

§ финансовая независимость;

§ деловая активность;

§ имущественное состояние и др. [5].

Источником данных является финансовая отчетность предприятия.

При проведении анализа важно учитывать различные факторы, влияющие на указанные показатели, включая эффективность применяемых методов планирования показателей финансового плана, достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности, использование различных методов учета, принятых учетной политикой предприятия.

В настоящее время существуют разные варианты решения анализа деятельности предприятий с помо-