

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Навчально - науковий інститут бізнесу і менеджменту

Кафедра організації виробництва, бізнесу та менеджменту

ПЕНЦОВА КАТЕРИНА ГЕННАДІЇВНА

УДК 338.443:338.49 [338.12.015]

РЕФЕРАТ

дипломної магістерської роботи

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ВИРОБНИЧИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНА В
АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

спеціальності 073 «Менеджмент»

(освітньо-професійна програма «Менеджмент і адміністрування»)

Харків – 2018

Дипломна магістерська робота є рукописом.

Робота виконана в Харківському національному технічному університеті сільського господарства імені Петра Василенка Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник:

доктор економічних наук,
професор
**Красноруцький
Олексій Олександрович,**
Харківський національний
технічний університет
сільського господарства імені
Петра Василенка,
завідувач кафедри організації
виробництва, бізнесу та
менеджменту.

Захист відбудеться 17 грудня 2018 р. на засіданні
Державної екзаменаційної комісії у ХНТУСГ за адресою:
61002, м. Харків, вул. Алчевських, 44, ауд. 105

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДИПЛОМНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасна ринкова економіка являє собою складну систему різноманітних виробничих, комерційних, фінансових та інформаційних структур, які взаємодіють на тлі розгалужених правових норм, і об'єднуються єдиним поняттям - ринком.

Доброякісна, «здорова» конкуренція — фундаментальна основа успішного розвитку ринку. Кожному підприємцю необхідний стимул, який підштовхував би його до одержання позитивних результатів своєї роботи. Займаючись підприємницькою діяльністю, власник може досягти успіху в тому випадку, якщо його бізнес буде досконалішим і матиме певні переваги поряд з бізнесом іншого господаря, або, як це прийнято називати, конкурента.

Діяльність багатьох підприємств характеризується підвищеним ризиком внаслідок загального кризового стану економіки країни, проблем на ринках матеріально-технічних ресурсів, фінансових послуг та інших об'єктивних причин. Проте, досвід діяльності великої кількості підприємств, в тому числі, якщо не насамперед, аграрного сектора економіки країни, доводить, що їх кризове становище є також наслідком недостатньо глибокого розуміння та урахування критичних для виживання та розвитку організації факторів зовнішнього середовища, а саме поведінки споживачів, конкурентів, правильного вибору партнерів, створення конкурентоспроможних товарів та послуг, використання надійних джерел інформації тощо. Тобто велику кількість проблем, що стоять перед підприємствами можна вирішити завдяки вдосконаленню управління їх виробничо-комерційною активністю та насамперед вдосконалення

управління конкурентоспроможністю, як сферою діяльності, що має визначати всі інші сфери господарювання підприємства, що функціонує в умовах ринкової економіки.

В даній роботі будуть актуалізовані питання вдосконалення управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. Такий вибір тематики дослідження, якому присвячена дана робота, не є випадковим, адже специфіка діяльності переважної більшості аграрних підприємств примушує їх функціонувати на ринках стандартної продукції, достатньо структурованих та впорядкованих внаслідок дії об'єктивних законів розвитку ринкової економіки. Більш того, товарна орієнтація діяльності цих підприємств знаходиться під впливом об'єктивних причин природного, географічного та матеріально-технічного характеру, вплив на які має досить обмежені можливості. Саме тому питання конкурентоспроможності аграрних підприємств і склали основний напрям дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою виконання даної дипломної роботи є опрацювання прикладних рекомендацій щодо вдосконалення управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. Опрацьовані рекомендації мають забезпечити сталий розвиток зазначеного підприємства, його фінансову стійкість та довготривалу прибуткову діяльність.

Для досягнення поставленої мети виконання дипломної роботи було передбачено вирішення наступних завдань, що і було здійснено:

1. Вивчення теоретичних та методичних основ ведення виробничо-комерційної діяльності агросервісних підприємств.
2. Вибір та обґрунтування перспективних напрямів розвитку товарної політики підприємства та пошук

оптимального співвідношення товарів та послуг в структурі продажів продукції агросервісного підприємства.

3. Обґрунтування заходів щодо вдосконалення управління конкурентоспроможності аграрного підприємства.

4. Опрацювання практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти управління підвищенням конкурентоспроможності продукції сільськогосподарського підприємства.

Об'єктом дослідження є процес підвищення конкурентоспроможності продукції сільськогосподарського підприємства.

Методи дослідження базуються на систематичному вивченні та аналізу ведення ринкових відносин в аграрній сфері, попиту та виготовлення продукції, якості продукції. Теоретичною та методологічною основою виконаного дослідження є наукові розробки вітчизняних та зарубіжних провідних вчених-економістів з проблем ефективного формування, розвитку та оптимізації системи конкурентоспроможності підприємства, а також управління його діяльністю. При опрацюванні питань у роботі використовувались абстрактно-логічні, монографічні, розрахунково-конструктивні, економіко-статистичні, економіко-математичні методи, методи аналізу і синтезу та інші.

Інформаційною базою дослідження є звітні дані підприємства, діяльність якого є предметом даного дослідження, дані аналізу результатів виробничо-комерційної діяльності підприємства, результати спостережень за кон'юнктурою регіонального ринку сільськогосподарської продукції та агросервісних послуг, а

також літературні джерела.

Наукова новизна одержаних результатів. Наукова новизна результатів, що одержані під час опрацювання даної роботи, полягає в наступному:

– удосконалено комплексний підхід до оцінки та підвищення конкурентоспроможності продукції сільськогосподарського підприємства, який ґрунтується на раціональному поєднанні заходів, пов'язаних з розвитком матеріально-технічної бази підприємства, кормової бази тваринництва, а також вдосконалення збутових процедур за рахунок використання сезонних коливань попиту.

– удосконалено методичні підходи до оптимізації вибору каналів розподілу продукції.

– набуло подальший розвиток розкриття практичної сутності управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства та його продукції.

– розвинуто склад та механізм впливу факторів конкурентного середовища на маркетингову політику аграрного підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає в опрацюванні конкретних рекомендацій, щодо вдосконалення управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства, яке полягає в гармонізації його товарної політики та політики розподілення продукції, а також має послужити джерелом оздоровлення та розвитку його виробничо-комерційної діяльності.

Апробація. Результати виконання дипломної роботи оприлюднювалися на двох науково-практичних конференціях молодих вчених: «Сучасний аграрний менеджмент: теорія, методологія, практика» (м. Суми, вересень 2018 р.), «Прикладна економіка: від теорії до практики» (м. Тернопіль, листопад 2017 р.).

Публікації. Матеріали дослідження опубліковані у трьох наукових публікаціях загальним обсягом 0,67 ум.друк.арк.

Обсяг та структура дипломної роботи. Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків та списку використаних джерел, що містить 55 найменувань. Дипломна робота містить 16 таблиць, 4 рисунків, обсяг повного тексту дипломної роботи складає 98 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИПЛОМНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

В першому розділі «Теоретичні та методичні основи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства» розглянуті питання конкуренції на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції та конкурентної політики його операторів, вдосконалення маркетингової політики підприємства та підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на основі маркетингу, ідентифіковано основні напрями і фактори підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

В другому розділі «Аналіз поточного стану та перспективи підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Відродження» дана організаційно-економічна характеристика підприємства, виконана оцінка його галузевої структури та спеціалізації виробництва, а також конкурентоспроможності окремих видів продукції підприємства та перспектив її розвитку.

У третьому розділі «Вдосконалення управління конкурентоспроможністю продукції підприємства на локальному ринку» наведено результати дослідження конкурентного середовища підприємства на ринку

сільськогосподарської продукції, обґрунтовано заходи з підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства, оцінено ефективність запропонованих заходів з покращання конкурентних позицій підприємства

ВИСНОВКИ

Опрацювання прикладних рекомендацій щодо вдосконалення управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства дозволило сформулювати такі основні висновки:

1. Під конкурентоспроможністю продукції слід розуміти комплекс основних властивостей, що відрізняють її від товару-аналога, а частина продукції агропромислового комплексу, враховуючи її якісні властивості, належить до ринку монополістичної конкуренції, що дає можливість застосовувати маркетингові дослідження, регулювати політику ціноутворення і стимулювати збут продукції.

2. Найголовнішими чинниками підвищення конкурентоспроможності продукції є якість, собівартість і ціна реалізації продукції. Вони визначають рівень її конкурентоспроможності, а тому повинні набувати оптимальних значень. Необхідно враховувати й чинники непрямої дії, такі як продуктивність праці, матеріально-технічне забезпечення, спеціалізація виробництва, економічна політика держави, оскільки вони також впливають на конкурентоспроможність продукції. При цьому без втручання держави, при розв'язанні проблеми підвищення конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції в масштабах аграрного сектора економіки загалом не обійтись.

3. ТОВ «Відродження» здійснює розширений тип відтворення. Основний і допоміжні показники, які

характеризують розмір підприємства, за останні три роки збільшилися. Так, за 2015-2017 роки обсяг валової продукції у поточних цінах реалізації збільшився на 6218,56 тис.грн. (на 61,87 %). Такі зміни закономірно вплинули на обсяги продажу, тобто товарна продукція за ці роки збільшилася майже в три рази – з 4600 тис.грн у 2015 році до 13390 тис.грн. у 2017 році. Слід зазначити, що деякий вплив на збільшення валової продукції тваринництва мало збільшення поголів'я тварин на 16 ум.гол. (на 2,16 %).

4. В структурі товарної продукції перше місце у 2015 та 2017 роках займав соняшник з часткою 35,22 % і 45,29 % відповідно, а у 2016 році найбільша частка в обсягу товарної продукції належала молоку – близько 30,10 %, хоча у 2015 році воно було на другому місці, як і у 2017 році. За три останні роки у структурі товарної продукції лідували соняшник та молоко. У 2017 році ТОВ «Відродження» реалізувало продукції рослинництва на 6495,8 тис.грн більше, ніж у 2015 році. Щодо тваринництва, то реалізація продукції цієї галузі також значно збільшилася, а саме на 2293,1 тис.грн в порівнянні з 2015 роком. Всього підприємство в 2017 році реалізувало сільськогосподарської продукції на суму 13476,8 тис.грн., а в 2015 році цей показник становив 4600 тис.грн., що на 8876,8 тис.грн менше.

5. Оцінка конкурентоспроможності основних видів продукції ТОВ «Відродження» створює умови для порушення галузевого балансу в підприємстві. При цьому наявність високоефективних видів продукції, таких, як зерно пшениці та насіння товарного соняшнику є важелем підтримання відносно стабільного фінансового стану підприємства, а, порівняно, висока рентабельність та конкурентоспроможність молока є стабілізатором впливу сезонного фактора. Однак, існуюча ситуація потребує

виправлення за рахунок підвищення конкурентоспроможності та ефективності виробництва і збуту інших видів продукції. Собівартість є вагомою складовою ціни продукції, що безпосередньо впливає на економічну ефективність та конкурентоспроможність продукції. Тому об'єктивний та оперативний аналіз фактичного стану і можливих змін в собівартості продукції, надає більше можливостей прийняття вірних рішень у підтримці необхідного рівня конкурентоспроможності.

6. У підприємства, діяльність якого ми аналізуємо, існують досить сильні конкуренти. Перш за все на підставі того, що вони мають значно більше земельних ресурсів в своєму розпорядженні і відповідно до цього мають більший обсяг виробництва та реалізацій товарної продукції. Тому вони (конкуренти) мають більшу можливість маневрувати в цінових відносинах, що в свою чергу сприяє більш швидше знаходити покупців та партнерів. Тобто надавати об'ємні знижки покупцям.

7. Для забезпечення стійкого фінансового становища підприємству необхідно вдосконалювати свою товарну політику за рахунок збільшення якості продукції (виробництва елітного зерна, посівних матеріалів, вирощування племінних видів тварин та ін.), зменшення собівартості продукції, підвищення ефективності виробництва в тваринництві шляхом створення кормової бази, за рахунок зберігання продукції рослинництва для раціоналізації використання сезонних коливань цін.

8. Після дослідження конкурентного середовища підприємства на ринку сільськогосподарської сировини та проведення SWOT-аналізу, ми з'ясували, що в ТОВ «Відродження» тваринництво є слабкою стороною підприємства. Головною проблемою цього є високий рівень внутрішніх витрат на виробництво тваринницької

продукції. В свою чергу в структурі собівартості продукції тваринництва питома вага витрат на корми має найбільшу питому вагу. Так їх частка у собівартості молока становить 40-60 %, м'яса ВРХ та свинини – 65-75 %. Вирішенням цієї проблеми може стати створення кормової бази в ТОВ «Відродження», шляхом виділення площ під кормові культури та застосування новітніх агротехнологій при вирощуванні культур.

9. Одним із основних показників, що характеризує рівень конкурентоспроможності продукції є ціна реалізації готової продукції. Для стабілізації цінового стану в рослинництві я пропоную побудувати в ТОВ «Відродження» елеватор вартістю 1,5 млн. грн. За допомогою елеватора ми будемо здійснювати зберігання продукції рослинництва для раціоналізації використання сезонних коливань цін.

10. Будівництво елеватора зможе приносити підприємству 2430,4 тис.грн. додаткового прибутку щороку. Створення власної кормової бази в ТОВ «Відродження» буде приносити економію власних витрат в розмірі 2308 тис. грн. Отже, річний економічний ефект від впровадження заходів, щодо підвищення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Відродження» буде становити 4738,4 тис. грн.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИПЛОМНОЇ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

1. Пенцова К. Г. Управління конкурентоспроможністю продукції аграрних підприємств рослинницького напрямку / К. Г. Пенцова // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Прикладна економіка: від теорії до практики». – Тернопіль, ТНЕУ, 2017. – С. 137-139.

2. Красноруцький О. О. Інвестиційна привабливість аграрних підприємств України / О. О. Красноруцький, К. Г. Пенцова // Вісник СНАУ : Економіка та менеджмент. – № 12 (74). – 2017. – С. 87-94.

3. Пенцова К. Г. Зміни в товарній спеціалізації як інструмент підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства / К. Г. Пенцова // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний аграрний менеджмент: теорія, методологія, практика». – Суми, СНАУ, 2018. – С. 212-214.

Анотація

Пенцова К. Г. **Організаційно-виробничий інструментарій підвищення конкурентоспроможності зерна в аграрному підприємстві**

В дипломній роботі опрацювання прикладних рекомендацій щодо вдосконалення управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства. Удосконалено комплексний підхід до оцінки та підвищення конкурентоспроможності продукції сільськогосподарського підприємства, який ґрунтується на раціональному поєднанні заходів, пов'язаних з розвитком матеріально-технічної бази підприємства, кормової бази тваринництва, а також вдосконалення збутових процедур за рахунок використання сезонних коливань попиту. Розроблено та апробовано методичний підхід до оптимізації вибору каналів ринкового розподілу продукції. Розкрито практичну сутність управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства та його продукції. Розвинуто склад та механізм впливу факторів конкурентного середовища на маркетингову політику аграрного підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, економічна ефективність, маркетинг, канал ринкового розподілу.

Summary

Pentsova K.G. **Organizational and production tools to improve the competitiveness of grain in the agricultural enterprise**

In the thesis work is worked out the applied recommendations for improving the management of the competitiveness of the agrarian enterprise. An integrated approach to assessing and improving the competitiveness of agricultural products is improved, based on a rational

combination of activities related to the development of the material and technical base of the enterprise, the feed base of livestock, as well as the improvement of marketing procedures through the use of seasonal demand fluctuations. The methodical approach to optimization of the choice of channels of market distribution of products has been developed and tested. The practical essence of management of competitiveness of agrarian enterprise and its products is revealed. The composition and mechanism of the influence of the factors of the competitive environment on the marketing policy of the agrarian enterprise are developed.

Key words: competitiveness, economic efficiency, marketing, channel of market distribution.

Комп'ютерний набір і верстка
К.Г. Пенцова

Підп. до друку 05.11.2018. Формат 60x84 1/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк
офсетний.
Ум. друк. арк. 0,9. Обл.-вид.арк.0,9. Тираж 10 прим.
Замовлення № ___

Надруковано в КП «Міська друкарня»
61002, м. Харків, вул. Алчевських, 44
Свідоцтво про державну реєстрацію:
серія ДК № 3613 від 29.10.2009р.