

розроблено систему електронного подання звітності емітентів цінних паперів та створено єдину інформаційну базу даних учасників фондового ринку [4, с.47].

Отже, вітчизняний фондовий ринок вже пройшов кілька складних етапів свого розвитку і потребує розробки його більш ефективної моделі. Сьогодні фондовий ринок України перебуває в нестандартній ситуації і переживає своєрідну стадію "зламу", якою визначатиметься його майбутнє.

Список використаних джерел

1. Котирло О.О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності фондового ринку України//Формування ринкових відносин в Україні. - 2011. - №1. - с.102-105.

2. Поплавська М.В. Особливості формування фондового ринку України// Економіка та держава. - 2011. - №2. - с.79-81.

3. Савицька О.І, А.А. Фурсова. Проблеми та перспективи розвитку фондового ринку України// Економіка і регіон. - 2009. - №2. - с.136-139.

4. Собкевич О.В. Розвиток фондового ринку України як чинник підвищення рівня економічної безпеки держави // О.В. Собкевич, Дис. канд. наук: 21.04.01 - 2008.

Масляєва Ольга Олександрівна

викладач Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету, м. Дніпропетровськ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Серед усіх продовольчих товарів важливе місце займають молочні продукти, а ринок молочної продукції за рівнем значущості займає лідируючі позиції в системі вітчизняних ринків продовольства. Являючи собою самоорганізовану систему, ринок молочної продукції складається з багатьох взаємозалежних структурних елементів і поділяється на підсистеми залежно від типу продукту, його призначення, а також територіальних меж ринку. Структура ринку представлена різними категоріями суб'єктів, що утворюють зовнішнє середовище виробників готової молочної продукції. Ринок молокопродуктів характеризується високою технологічною диверсифікацією виробництва, що дозволяє випускати різні види продукції.

Дії виробників на різних сегментах загального ринкового простору призводять до появи нових типів конкурентних відносин та ускладненню конкурентної структури ринку. Найбільш поширеними типами структур ринку молочної продукції є олігополія або монополістична конкуренція. Визначальний вплив на конкурентну структуру внутрішньогалузевих ринках мають диференціація продукції та зміна її цінової компоненти. Іншою особливістю є присутність на ринку господарств населення, що пропонують молочну продукцію непромислового виробництва, і тим самим займають певну ринкову частку переробних підприємств. Знижує концентрацію виробництва і висока відкритість ринку для міжрегіональної та міжнаціональної конкуренції. Підвищення транспортабельності та терміну зберігання молокопродуктів, зростання ємності ринку, відсутність значних бар'єрів підвищують ймовірність появи продукції інших виробників. Мікрорівень зовнішнього середовища ринку молокопродуктів формується не тільки внутрішньогалузевими конкурентами, а й організаціями, які можуть вийти на ринок або ж виробляють товари-субститути та товари-комплементами.

Одним із пріоритетних сировинних ресурсів є молоко. Ринок постачання якого

наближений до умов досконалої конкуренції з низькими бар'єрами входу та стандартизованою продукцією. Для даного ринку характерна присутність багатьох територіальних постачальників, які володіють невисокою часткою в загальному обсязі поставок. За цих умов ступінь впливу виробників молока на переробні підприємства є мізерною. Характер та сила впливу постачальників визначається й іншими специфічними рисами галузі молочного скотарства: а) наявність великої кількості виробників з низькою концентрацією виробництва; б) прикріплення виробників до конкретних переробних підприємств через низьку транспортабельність продукту; в) важкий фінансовий стан більшості постачальників. Враховуючи унікальність і незамінність цього сировинного ресурсу, а також високу матеріаломісткість виробництва більшості видів молочної продукції, залежність переробних організацій від постачальників слід розцінювати як пряму. Невисока транспортабельність молока і його низька придатність для зберігання в непереробленому вигляді призводить до локалізації виробництва деяких видів молочної продукції.

У якості споживачів молочної продукції виступають не тільки фізичні особи, сім'ї, домашні господарства, але й організації громадського харчування, переробні підприємства. Обсяги купівлі молокопродуктів населенням країни залежить від багатьох специфічних умов: незамінність молочної продукції в структурі харчування людини; обмеженість споживання продовольства граничними нормами; орієнтація споживачів на традиційну їжу, психологічний лаг по відношенню до нових продуктів; незалежність попиту від зростання доходів населення при насиченні ринку; вплив цінності та доступності молочної продукції на поведінку споживачів; взаємозамінність молочних продуктів з іншими продуктами харчування. Крім цього споживчому вибору властива максимізація співвідношення «корисність продукції-витрати на її придбання». Простежується пряма залежність величини попиту від платоспроможності споживачів, асортименту та вартості молокопродуктів.

Динаміка споживання молочної продукції має характерні особливості, які полягають в нерівномірному зміні темпів зростання (зниження) споживання при досягненні певного рівня добробуту. При досягненні прожиткового мінімуму пропорційне зростання доходів і обсягів споживання змінюється повільним приростом або зниженням споживання, потім пропорційне зростання поновлюється. Повсякденний характер попиту на молочну продукцію та короткі терміни її зберігання призводять до того, що молокопереробні підприємства приділяють особливу увагу формуванню взаємовідносин з торговими посередниками. Товарорух виступає дієвим інструментом стимулювання попиту і його задоволення, що має вирішальне значення в умовах зростання вимог споживачів до якості обслуговування.

Галузева специфіка молокопереробної галузі призводить до того, що головну роль серед всіх типів торгових підприємств займають роздрібні посередники. За рідкісним винятком оптову функцію виконують самі переробні підприємства, що організують первинну стадію руху молокопродуктів на ринок. Різноманіття типів збутових посередників призвело до формування індивідуальних збутових каналів, які враховують конкурентні особливості виробників.

Зазначені особливості зовнішнього і внутрішнього середовища формують певні типи конкурентних переваг, які під впливом галузевої специфіки трансформуються в нові видозмінені типи. Ідентифікація виробником типів конкурентних переваг пов'язана з певними труднощами, серед яких є відсутність науково обґрунтованих підходів до

вивчення системи внутрішніх і зовнішніх чинників впливу на господарюючий суб'єкт. Як наслідок, відсутність у суб'єктів ефективних управлінських і організаційно-економічних механізмів реагування на зміни зовнішнього середовища та недосконалість методологічного апарату оцінки конкурентних переваг, призводять до низької конкурентоспроможності молокопереробних підприємств.

Маховський Дмитро Валерійович

аспірант Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету, м. Дніпропетровськ

Науковий керівник: д.е.н., професор Вініченко І.І.

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПТАХІВНИЦТВА

На даному етапі економічних перетворень вагома роль належить інноваційному розвитку АПК, зокрема галузі птахівництва. Під ефективною інноваційною діяльністю розуміємо значне підвищення ролі науково-технічного прогресу, підвищення наукового рівня виробництва. Сучасна економічна наука розглядає інновації в контексті економічної теорії технологічних змін. Головним завданням інновацій в птахівничій галузі є зміни технології виробництва, що призводять до підвищення його ефективності за рахунок впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

Історичний досвід показує, що економічний розвиток будь-якої економічної формації можливий лише на основі науково-технічного прогресу незалежно від мотивів і сил, які рухають процес виробництва. Збільшити рівень забезпеченості продовольчого ринку продукцією птахівництва належними темпами фактично неможливо за рахунок підсобних господарств населення. Тому птахівництво повинно розвиватись на промисловій основі.

Індустріалізація у птахівництві фактично неможлива без інновацій і науково-технічного прогресу в цій галузі. На даний час у птахівництві триває процес, який спрямований на підвищення ефективності галузі з метою забезпечення якісною продукцією внутрішнього ринку і створення передумов для виходу на зовнішні ринки. Основною умовою цього процесу є інновації.

У птахівництві обмеження у впровадженні інновацій щодо нових видів виробництва продукції птахівництва полягає у неможливості виробництва принципово нових продуктів. Однак, зміни у даній галузі можуть зосереджуватись на врахуванні запитів ринкового середовища, асортименті товарної продукції, покращенні якості продукції. Важливим обмежувальним фактором кардинальних інноваційних змін відносно технології виробництва є масштаб виробництва.

Структура інноваційного потенціалу птахівничого підприємства має такий вигляд: інноваційний потенціал в основних і оборотних засобах, інтелектуальний потенціал, маркетингові ресурси, управлінсько-інфраструктурні ресурси та трудові ресурси.

В економіці підприємства птахівничої галузі інновації можна поділити на чотири види: біологічні, технічні, технологічні та хімічні. Під біологічними інноваціями розуміємо кроси птиці з покращеним біологічним потенціалом та високою продуктивністю. До технічних інновацій відносяться прогресивні технології, засоби механізації та автоматизації виробничих процесів; до технологічних інновацій – виробничі, інформаційні та управлінські технології; до хімічних інновацій – нові засоби та методи боротьби з хворобами.