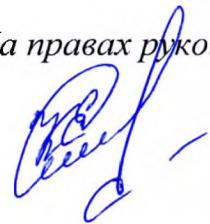


Министерство сельского хозяйства и продовольствия
Луганской Народной Республики
Государственное образовательное учреждение
Луганской Народной Республики
«Луганский национальный аграрный университет»

На правах рукописи



Курипченко Елена Викторовна

РЫНОЧНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами – АПК и сельское хозяйство) (экономические науки)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Луганск – 2019

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет», г. Луганск

**Научный
руководитель:**

Ткаченко Валентина Григорьевна
доктор экономических наук, профессор

**Официальные
оппоненты:**

Максимова Татьяна Семеновна
доктор экономических наук, профессор
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Луганской Народной Республики «Луганский национальный университет имени Владимира Даля», заведующая кафедрой маркетинга

Аронова Виктория Витальевна
кандидат экономических наук, доцент
Государственное образовательное учреждение культуры Луганской Народной Республики «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М. Матусовского», заведующая кафедрой менеджмента

**Ведущая
организация:**

Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

Защита состоится **«04» декабря 2019 года** в 13.00 часов на заседании диссертационного совета Д 001.008.01 на базе Государственного образовательного учреждения Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет» по адресу: 91008, Луганская Народная Республика, г. Луганск, Артемовский район, городок ЛНАУ, 1. Тел.: (0642)96-60-40, факс: (0642)96-71-13, e-mail: rector@lnau.su

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Государственного образовательного учреждения Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет» по адресу: 91008, Луганская Народная Республика, г. Луганск, Артемовский район, библиотека ЛНАУ.

Автореферат разослан **«02» ноября 2019 г.**

Ученый секретарь
диссертационного совета

Е.Н. Чеботарева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Агропромышленный комплекс (АПК), являющийся стратегически важной составляющей экономики Луганской Народной Республики (ЛНР), функционирует в сложных и динамичных условиях. Появление новых иностранных конкурентов на аграрном рынке, изменения предпочтений потребителей обусловливают необходимость развития рыночно-ориентированной деятельности, которая позволит предприятиям повысить эффективность хозяйственной деятельности.

Основные факторы, сдерживающие развитие рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК в Луганской Народной Республике, связаны с неразвитостью рыночного механизма, нехваткой квалифицированных кадров, непониманием сущности рыночно-ориентированной деятельности.

Рыночно-ориентированная деятельность аграрного сектора в целом находится на начальном уровне развития, на многих предприятиях отсутствуют маркетинговые отделы, а выполнение соответствующих функций возложено на других специалистов по совместительству. Значение развития рыночно-ориентированной деятельности возрастает еще и потому, что в аграрном секторе экономики традиционно сложно осуществляются процессы адаптации к меняющимся условиям рыночной среды.

Степень разработанности темы исследования. Исследованиям важности рыночно-ориентированной деятельности, ее преимуществ и недостатков посвящены работы таких ученых, как Е.М. Азарян, Г. Армстронга, В.В. Ароновой, Л.В. Балабановой, Р. Венкатесана, Н.Ю. Возияновой, А.Н. Германчук, Г.К. Губерной, В.В. Дорофиенко, Ю.М. Каныгина, А. Коли, Ф. Котлера, В. Кумара, Ж.-Ж. Ламбена, Т.С. Максимовой, В.Д. Малыгиной, Дж.С. Нарвера, М. Портера, С.Ф. Слейтера, Дж.Р. Эванса, Б. Яворского и других.

Основные аспекты рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК исследовали такие ученые-экономисты, как В.Н. Гончаров, Г.И. Дибнис, И.П. Житная, В.А. Клюкач, А.Н. Люкшинов, В.Г. Ткаченко, Ю.А. Цыпкин, М.Н. Шевченко и другие. Они рассматривали особенности рыночно-ориентированной деятельности в агропромышленном комплексе, факторы, определяющие рыночно-ориентированную деятельность, проблемы ее развития, а также сформировали общую методическую базу управления рыночно-ориентированной деятельностью предприятий АПК.

Однако вопросы, касающиеся развития рыночно-ориентированной деятельности предприятий отдельных отраслей агропромышленного комплекса, в частности птицеводческих предприятий, не достаточно изучены, что обуславливает актуальность темы исследования, определяет его цель и задачи.

Объектом исследования являются современные процессы рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК.

Предметом исследования является совокупность теоретических и методических подходов к развитию рыночно-ориентированной деятельности птицеводческих предприятий.

Предметная область исследования соответствует паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами, в т.ч.: АПК и сельское хозяйство), в частности п. 1.2. «АПК и сельское хозяйство», в т.ч. п.п. 1.2.2. «Функционирование и развитие агропродовольственных и ресурсных рынков АПК, методы их защиты», п.п. 1.2.9. «Эффективность функционирования отраслей и предприятий АПК», п.п. 1.2.12. «Планирование и управление агропромышленным комплексом, предприятиями и отраслями АПК».

Цель и задачи исследования. Целью исследования является совершенствование теоретических и методических подходов к формированию рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК, а также разработка на этой основе практических рекомендаций по ее развитию.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

уточнить сущность понятия «рыночно-ориентированная деятельность»;

конкретизировать основные принципы рыночно-ориентированной деятельности;

разработать методический подход к исследованию потребителей продукции птицеводства с целью выявления их предпочтений;

обосновать направление по расширению ассортимента птицеводческого предприятия продукцией альтернативного вида птицеводства;

разработать модель рыночно-ориентированной стратегии птицеводческого предприятия с помощью математического инструмента, базирующегося на теории игр.

Научная новизна полученных результатов заключается в совершенствовании теоретических и методических подходов к формированию и развитию рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК. К основным научным результатам относятся следующие:

впервые:

разработана модель рыночно-ориентированной стратегии птицеводческого предприятия с помощью математического инструмента, базирующегося на теории игр, которая обеспечивает получение дохода от реализации продукции в заданном объеме;

усовершенствованы:

теоретический подход к определению сущности понятия «рыночно-ориентированная деятельность», которую предложено рассматривать как управляемый и многоаспектный процесс, направленный на удовлетворение потребностей реальных и потенциальных потребителей продукции предприятия, заключающийся в реализации маркетинговых функций,

установлении стратегических установок и способов их достижения с учетом имеющегося потенциала;

методический подход к исследованию потребителей продукции птицеводства на основе кластерного анализа и оценки факторов, влияющих на их удовлетворенность, который позволит выявить предпочтения потребителей, а также определить перспективные направления деятельности птицеводческих предприятий;

получили дальнейшее развитие:

основные принципы рыночно-ориентированной деятельности, которые дополнены принципом иерархичности стратегических установок, принципом взаимной выгодности отношений участников рынка и принципом креативности;

направление по расширению ассортимента птицеводческого предприятия продукцией альтернативного вида птицеводства, которое обеспечит повышение удовлетворенности потребителей.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическая значимость работы заключается в том, что полученные научные результаты расширяют отдельные понятия и положения теории менеджмента, экономического анализа и научные подходы к развитию рыночно-ориентированной деятельности предприятий.

Сформулированные в диссертационной работе положения, сделанные выводы и разработанные рекомендации расширяют теоретическую базу исследуемого предмета в области положений, которые имеют научную новизну и заключаются в развитии рыночно-ориентированной деятельности предприятий агропромышленного комплекса.

К результатам, которые имеют наибольшую практическую значимость для предприятий АПК, относятся следующие предложения: оценка состояния и возможностей птицеводческих предприятий на основе анализа экономического, технико-технологического, социального, политического, экологического и отраслевого аспектов их деятельности; использование методического подхода к исследованию потребителей продукции птицеводства, основанного на кластеризации потребителей и оценке факторов, влияющих на их удовлетворенность; расширение ассортимента птицеводческого предприятия продукцией альтернативного вида птицеводства.

Основные положения, выводы и предложения диссертационной работы использованы в учебном процессе Государственного образовательного учреждения Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет» при преподавании учебных дисциплин «Маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Актуальные проблемы маркетинга в АПК», «Поведение потребителя» (справка № 01/716 от 09.04.2019 г.); докладывались на научно-практических конференциях, которые были проведены в Государственном образовательном учреждении Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет» (справка № 16/10 от 22.04.2019 г.); нашли использование в практической деятельности

птицеводческих предприятий – СООО «Авис» (справка № 117/2 от 18.04.2019 г.), ООО «СФ «Агроптаха» (справка № 106/2 от 22.04.2019 г.).

Методология и методы исследования. Теоретико-методологическую основу исследования составляет методология познания, которая предполагает использование диалектического метода, системного подхода, принципа комплексности и последовательности в познании экономических явлений и процессов, фундаментальные положения экономической теории и социальных наук, а также научные труды отечественных и зарубежных ученых в области рыночно-ориентированной деятельности предприятий.

В процессе исследования использовались теоретические, общелогические, эмпирические и специальные методы исследования, а именно: монографический метод, анализ и синтез – при определении сущности понятий «рынок», «рыночная ориентация», «рыночно-ориентированная деятельность», выявлении особенностей рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК; экономико-статистические методы – при обработке и анализе массовых статистических данных; SWOT-анализ – при исследовании внутренней и внешней среды птицеводческих предприятий, выявлении их возможностей и вероятных угроз; методы индукции и дедукции – для выявления факторов, определяющих рыночно-ориентированную деятельность птицеводческих предприятий и разработки направлений по ее совершенствованию; метод экспертных оценок и кластерный анализ – для исследования потребителей птицеводческой продукции и разделения их на группы; процессный подход – для детализации рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК; системный подход – для представления рыночно-ориентированной стратегии как целостного комплекса взаимосвязанных элементов; логика и обобщение – при формулировании выводов.

Информационную базу исследования составили законодательные и нормативно-правовые акты Луганской Народной Республики; данные Министерства сельского хозяйства и продовольствия Луганской Народной Республики; данные Министерства агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики; данные Министерства сельского хозяйства и продовольствия Российской Федерации; данные Государственного комитета статистики Луганской Народной Республики; данные Главного управления статистики Донецкой Народной Республики; данные Федеральной службы государственной статистики; отчетные данные птицеводческих предприятий Луганской Народной Республики; научная литература, материалы периодических изданий и электронные ресурсы сети Интернет, характеризующие развитие агропромышленного комплекса, развитие рыночно-ориентированной деятельности предприятий агропромышленного комплекса, а также результаты собственных исследований и наблюдений.

Обработка данных осуществлялась с помощью компьютерных программ: Word Microsoft Office 2003, Microsoft Office Excel 2003, Statistica 12.6.

Положения, выносимые на защиту:

сущность понятия «рыночно-ориентированная деятельность»; совокупность основных принципов рыночно-ориентированной деятельности;

методический подход к исследованию потребителей продукции птицеводства на основе кластеризации потребителей и оценки факторов, влияющих на их удовлетворенность;

направление по расширению ассортимента птицеводческого предприятия;

модель рыночно-ориентированной стратегии птицеводческого предприятия.

Степень достоверности и апробация результатов. Достоверность и обоснованность научных результатов подтверждается большой информационной базой, использованием базовых положений экономической теории, общих и специальных разделов теории менеджмента, современных научных подходов, относящихся к объекту и предмету исследования, а также применением комплекса теоретических и эмпирических методов исследования.

Основные научные результаты исследования апробированы на научно-практических конференциях: Международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов «Теоретико-методологические основы эффективного развития аграрного производства» (г. Харьков, 24-25 апреля 2014 г.); Международной научно-практической конференции «Интеграция современных научных исследований в развитие общества» (г. Кемерово, 28-29 декабря 2016 г.); Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава «Методологические и организационные аспекты функционирования и развития финансовой системы: новые вызовы, практика, инноватика» (г. Донецк, 3 ноября 2016 г.); IV international scientific conference «Problems and prospects of development of economy and management» (t. Prague, December 3-4, 2016); Международной научно-практической конференции «Современное состояние и приоритетные направления развития аграрной экономики в условиях импортозамещения» (пос. Персиановский, 17 февраля 2016 г.); Межрегиональной научно-практической конференции, посвященной 45-летию кафедры управления и маркетинга в АПК ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ «Управленческие и маркетинговые аспекты развития субъектов АПК и агропродовольственного рынка» (г. Воронеж, 9-11 ноября 2016 г.); Международной научно-практической конференции «Фундаментальные прикладные и научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации» (г. Пенза, 5 ноября 2016 г.); IV Международной научно-практической конференции «Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации» (г. Пенза, 20 декабря 2016 г.); VI Международной научно-практической конференции «Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект» (г. Санкт-Петербург, 14-16 апреля 2016 г.);

XIX Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием «Научные основы развития АПК» (г. Томск, 16 мая-03 июня 2017 г.); IV Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы профессионального образования в Республике Беларусь и за рубежом» (г. Витебск, 12 декабря 2016 г.); III Международной научно-практической конференции «Модернизация аграрного образования: интеграция науки и практики» (г. Томск, 10 ноября 2017 г.); V Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы профессионального образования в Республике Беларусь и за рубежом» (г. Витебск, 15 декабря 2017 г.); Республиканской научной конференции преподавателей и молодых ученых с международным участием «Экономика и предпринимательство 21 века» (г. Луганск, 18-19 декабря 2018 г.), а также ежегодных отчетных научно-практических конференциях преподавателей и аспирантов Государственного образовательного учреждения Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет», которые нашли свое отражение в научных отчетах кафедры экономической теории и маркетинга на протяжении 2016-2019 гг.

Публикации. Результаты диссертационного исследования опубликованы в 30 научных работах, среди которых 2 коллективные монографии, 13 статей в рецензируемых научных изданиях и 15 работ апробационного характера. Общий объем научных работ составляет 33,17 п.л., из них 8,46 п.л. принадлежит лично автору.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертация состоит из введения, трех разделов, заключения, списка литературы, содержащего 212 наименований, и 15 приложений (объемом 42 страницы). Общий объем работы составляет 182 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

В диссертации разработаны теоретические положения и практические рекомендации по развитию рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК.

В первом разделе диссертационной работы «**Теоретико-методические основы рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК**» проведено исследование понятийного аппарата рыночно-ориентированной деятельности предприятий, сформулировано авторское видение понятия «рыночно-ориентированная деятельность», определены ее основные принципы, выявлены особенности рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК и обозначена ее роль в современных условиях.

В результате исследования установлено, что термин «рыночная ориентация» или «ориентация на рынок» используется для обозначения внедрения и реализации маркетинговой концепции. Определено, что неотъемлемыми элементами «рыночной ориентации» являются

организационная культура, ориентированная на потребителей, и стратегии достижения максимального удовлетворения потребностей потребителей.

Обосновано, что рыночно-ориентированная деятельность является управляемым и многоаспектным процессом, который направлен на удовлетворение потребностей реальных и потенциальных потребителей продукции предприятия, заключающимся в реализации маркетинговых функций, установлении стратегических установок и способов их достижения с учетом имеющегося потенциала предприятия.

Предложено дополнить совокупность основных принципов рыночно-ориентированной деятельности принципом иерархичности стратегических установок, который позволит согласовывать задачи предприятия с его миссией и целями; принципом взаимной выгодности отношений участников рынка, который позволит устанавливать цели, обеспечивающие удовлетворение интересов потребителей, производителей и государства; принципом креативности, реализация которого предусматривает создание условий, способствующих творческому процессу генерации идей (рис. 1).



Рисунок 1 – Основные принципы рыночно-ориентированной деятельности предприятий

Определено, что рыночно-ориентированная деятельность проявляется в результате реализации маркетинговых функций предприятия. Анализ научных взглядов на содержание маркетинговых функций предприятия позволил выявить основные из них: изучение внешней среды; прогнозирование спроса и предложения; формирование рыночно-ориентированной стратегии; осуществление ценовой политики; проведение товарной политики;

планирование и организация сбыта продукции; стимулирование продаж; контроль и регулирование ассортимента товара, цен на товары, сбытовой деятельности и коммуникационной деятельности.

Установлено, что основой рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК является аграрный маркетинг, значимость которого характеризуется направленностью на обеспечение продовольственной безопасности. В результате исследования аграрного маркетинга как составляющей системы продовольственной безопасности выявлено, что он представляет собой процесс взаимосвязи целей производителей в сфере обеспечения продовольственными товарами с потребностями потребителей.

В результате исследования обосновано, что перспективы продовольственной безопасности республики зависят от развития агропромышленного комплекса, важной составляющей которого является отрасль птицеводства, дающая при относительно невысоких затратах средств и труда большое количество продуктов питания – мяса птицы и яиц. Необходимость развития данной отрасли также обусловлена ростом спроса на продукцию птицеводства со стороны населения и предприятий пищевой промышленности.

Таким образом, особенности рыночно-ориентированной деятельности птицеводческих предприятий определены спецификой их производственно-сбытовой деятельности, которая является проявлением факторов, влияющих на развитие птицеводства. Выявлено, что к основным особенностям рыночно-ориентированной деятельности птицеводческих предприятий относятся: несбалансированность социально-экономических процессов транзитивной экономики; отличие социально-экономических процессов ведения аграрного бизнеса, обусловленное его тесной взаимосвязью с природно-экологическими, социально-демографическими и организационно-экономическими явлениями; уровень динаминости рыночно-ориентированной деятельности, которая является следствием жесткой конкуренции на рынке аграрной продукции, отличающейся малотранспортабельностью и скоропортящимся характером.

Во втором разделе «**Анализ состояния и тенденции развития рыночно-ориентированной деятельности птицеводческих предприятий**» проведен мониторинг состояния отрасли птицеводства, проанализирована рыночно-ориентированная деятельность птицеводческих предприятий Луганской Народной Республики, исследованы потребители продукции птицеводства.

Рыночно-ориентированная деятельность осуществляется в рамках хозяйственной деятельности. Условия хозяйственной деятельности отечественных птицеводческих предприятий резко изменились, что обусловлено событиями на территории Донбасса, которые продолжаются с 2014 года. В результате снизилась покупательная способность населения, повреждены и не полностью восстановлены промышленные зоны предприятий, потеряна часть рынков сбыта. Следствием этого является сокращение объемов

производства птицеводческих предприятий и снижение потребления мяса и мясопродуктов населением.

Исследовано потребление мяса и мясопродуктов населением Луганской Народной Республики за период 2013-2017 годы (рис. 2).

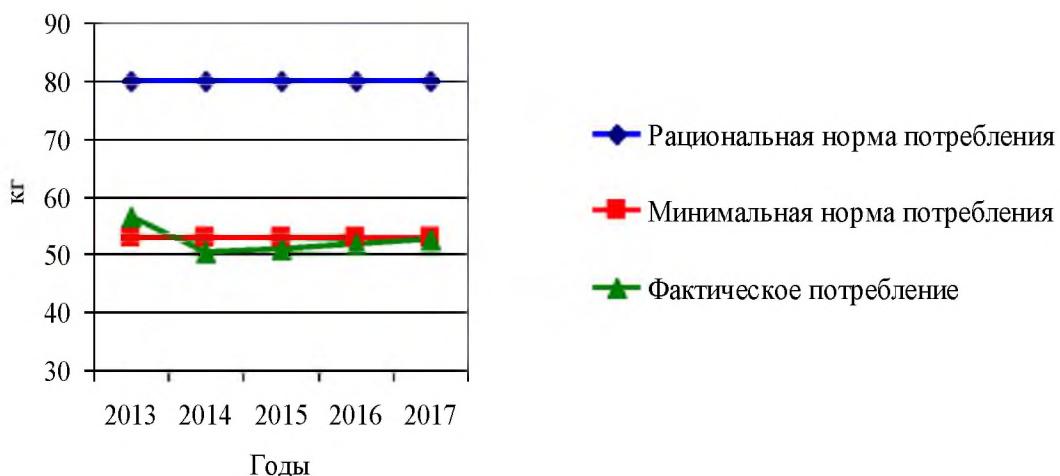


Рисунок 2 – Динамика потребления мяса и мясопродуктов населением Луганской Народной Республики

В результате проведенного исследования выявлено резкое сокращение потребления мяса и мясопродуктов населением в 2014 году. Однако, начиная с 2015 года, наблюдаются положительные тенденции.

Установлено, что в 2014-2015 годах фактическое потребление было ниже минимальной нормы, но, начиная с 2016 года, приравнялось к ней.

Проанализировано производство яиц в Луганской Народной Республике. Выявлено снижение в 2017 году относительно 2014 года на 69,3%, что составило 336540 тыс. шт., а относительно 2016 года увеличение на 0,55%, что составило 811 тыс. шт.

Проведенное исследование динамики производства мяса птицы в Луганской Народной Республике и Донецкой Народной Республике за 2013-2017 годы показало, что с 2015 года наблюдается положительная динамика, обусловленная восстановлением деятельности птицеводческих предприятий (рис. 3).

В Луганской Народной Республике основными отечественными производителями продукции птицеводства являются СООО «Авис», ООО «СФ «Агроптаха» и ООО «Агро-Юг».

В ходе исследования определено, что значения показателей финансового состояния СООО «Авис» соответствуют нормативным, что свидетельствует об устойчивом финансовом состоянии предприятия. Значения показателей финансового состояния ООО «СФ «Агроптаха» и ООО «Агро-Юг» не соответствуют нормативным, однако наблюдаются положительные изменения их значений в 2017 году относительно 2015 года, что обусловлено восстановлением производственных мощностей и, как следствие, возможности осуществления производственного процесса.



Рисунок 3 – Динамика производства мяса птицы в Донецкой Народной Республике и Луганской Народной Республике

Важным этапом анализа рыночно-ориентированной деятельности птицеводческих предприятий является оценка их позиционирования. Основными критериями позиционирования выступают потребительские свойства, конкурентные преимущества и эмоциональная ценность (табл. 1).

Таблица 1 – Критерии позиционирования птицеводческих предприятий

Предприятие	Потребительские свойства (К _{ПС})	Конкурентные преимущества (К _{КП})	Эмоциональная ценность (К _{ЭП})	Коэффициент позиционирования (К _{Поз})
Удельный вес критериев	0,7	0,25	0,05	1
Луганская Народная Республика				
СООО «Авис»	4,85	3,40	4,90	1,23
ООО «СФ «Агроптаха»	4,75	3,33	4,90	1,23
ООО «Агро-Юг»	4,70	3,29	4,90	1,23
Донецкая Народная Республика				
ГП «Шахтерская птицефабрика»	4,50	3,15	4,00	1,00
СООО «Птицефабрика «Пролетарская»	4,40	3,08	4,00	1,00
Российская Федерация				
ЗАО «Ореховская птицефабрика»	4,70	3,29	4,50	1,13
ООО «Лиско Брайлер»	4,00	2,80	4,00	1,00
ЗАО «Петелинская птицефабрика»	4,00	2,80	4,00	1,00

В результате оценки критериев позиционирования птицеводческих предприятий среди производителей яиц, лидирующие позиции занимает предприятие СООО «Авис», значение коэффициента позиционирования составляет 4,82, среди производителей мяса птицы – ООО «СФ «Агроптаха», значение коэффициента позиционирования – 4,75. Таким образом, потребители

продукции птицеводства проявляют наибольшую лояльность к отечественным производителям птицеводческой продукции.

Для анализа возможностей СООО «Авис», ООО «СФ «Агроптаха» и ООО «Агро-Юг» проведена оценка экономического, технико-технологического, социального, политического, экологического и отраслевого аспектов их деятельности. В результате анализа построена графоаналитическая модель возможностей, состоящая из трех многоугольников, характеризующих тенденции развития птицеводческих предприятий (рис. 4).

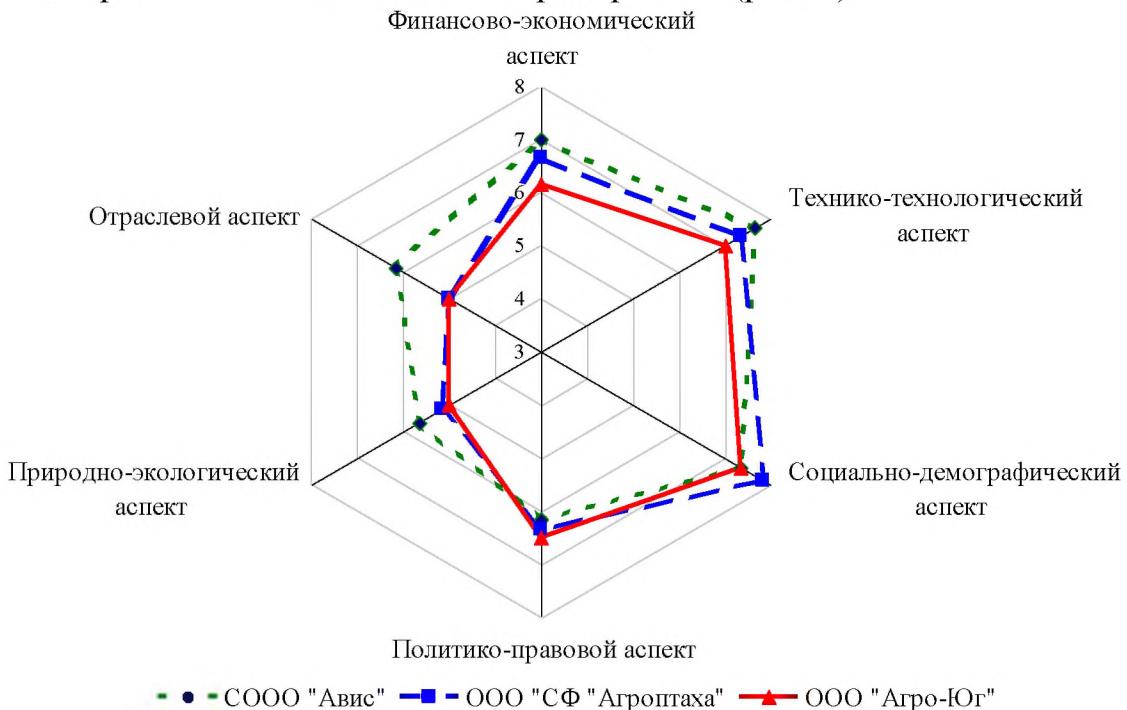


Рисунок 4 – Графоаналитическая модель возможностей птицеводческих предприятий

Доказано, что для анализируемых птицеводческих предприятий свойственны одинаковые тенденции развития, что обусловлено схожими особенностями рыночной среды их функционирования. Однако, согласно полученным суммарным оценкам функциональных областей выделенных аспектов, наивысшее значение оценки присуще СООО «Авис», оно составило 40,00 баллов. При этом суммарные оценки ООО «СФ «Агроптаха» и ООО «Агро-Юг» составили соответственно 38,33 балла и 37,00 балла. Полученный результат является следствием дифференциации финансового состояния птицеводческих предприятий.

С целью исследования потребителей продукции птицеводства проведена их кластеризация, в результате чего выделено три рыночных сегмента (рис. 5).

В первый кластер вошли «активные потребители», которые предъявляют повышенный спрос на мясо перепелов и перепелиные яйца.

Потребители второго кластера, относящиеся к категории «среднестатистические потребители», приобретают преимущественно мясо кур

и куриные яйца, но также проявляют интерес к мясу перепелов и перепелиным яйцам.

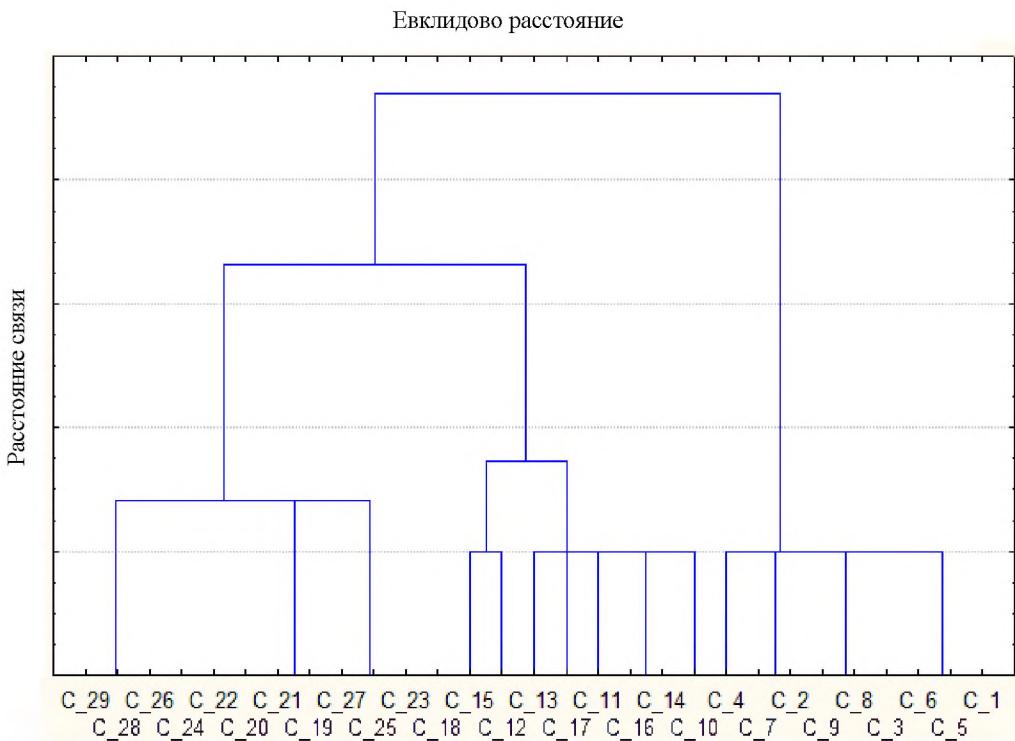


Рисунок 5 – Дендрограмма кластеризации потребителей продукции птицеводства

В третий кластер вошли «пассивные потребители», которые предпочтение отдают мясу кур и куриным яйцам.

Следовательно, получение отдельного кластера потребителей перепелиной продукции, свидетельствует о наличии спроса на данный вид продукции.

Результатом оценки удовлетворенности потребителей мяса птицы является расхождение важности критериев для потребителей с их удовлетворенностью.

Средние оценки важности таких критериев как вкусовые качества, внешний вид, цена и широта ассортимента превышают средние оценки удовлетворенности потребителей, что свидетельствует о необходимости совершенствования продукции по обозначенным критериям.

Средние оценки удовлетворенности потребителей качеством упаковки превышают средние оценки важности, таким образом, данный критерий отвечает требованиям рынка, но при этом не выступает основой для формирования конкурентных преимуществ, что обусловлено невысокими средними оценками важности.

Результатом оценки удовлетворенности потребителей яиц является незначительное превышение важности над удовлетворенностью по таким критериям как вкусовые качества, внешний вид яиц, качество упаковки и удобность фасовки, что свидетельствует о соответствии продукции требованиям потребителей по обозначенным критериям (рис. 6).

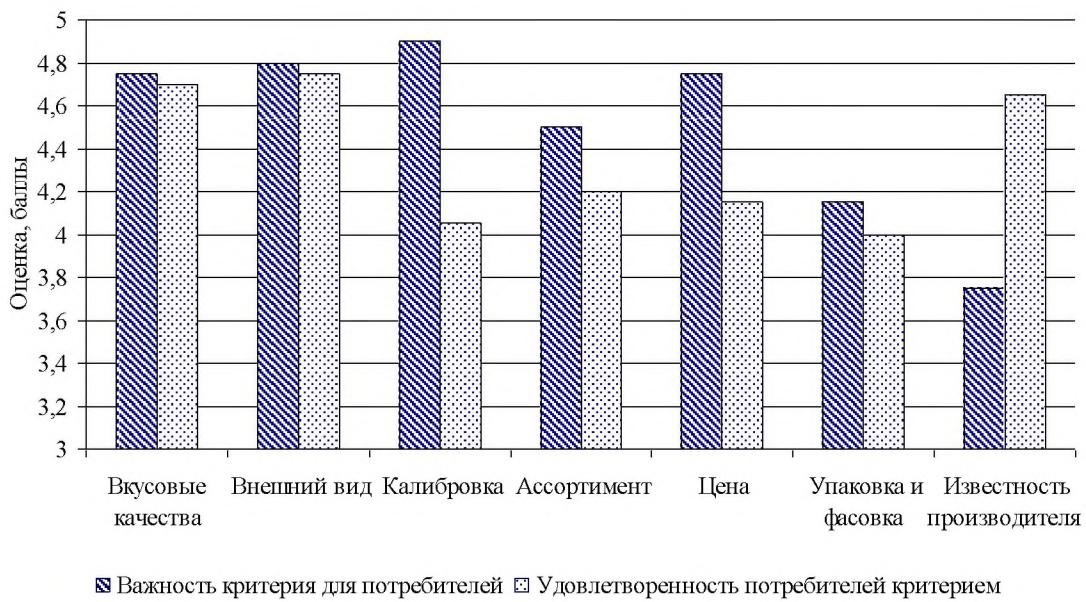


Рисунок 6 – Расхождения важности критериев для потребителей яиц с их удовлетворенностью

Установлено, что по таким критериям как ассортимент и цена наблюдается превышение важности над удовлетворенностью, что обусловлено необходимостью расширения ассортимента продукции птицеводства путем дополнения традиционного бройлерного направления альтернативными видами птицеводства и поддержания одинаковых цен на яйца в разных населенных пунктах Луганской Народной Республики.

В третьем разделе «**Концептуальные направления развития рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК**» обосновано использование маркетингового и процессного подходов к формированию рыночно-ориентированной деятельности, определены стратегические альтернативы для птицеводческих предприятий, разработана модель рыночно-ориентированной стратегии птицеводческих предприятий с помощью математического инструмента, базирующегося на теории игр.

В ходе исследования доказано, что повысить эффективность рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК возможно на основе представления аграрного маркетинга как одной из составляющих бизнес-процессов предприятия. Применение процессного подхода к аграрному маркетингу позволило разделить его на этапы. К основным этапам аграрного маркетинга относятся сегментация аграрного рынка и анализ его сегментов, продвижение дифференцированной продукции, разработка дифференцированных товаров. Для каждого этапа определены аналитические, организационные, технологические и учетные задачи. Детализация бизнес-процесса «аграрный маркетинг» позволила разработать решения его основных задач.

Предложена последовательность процесса управления рыночно-ориентированной деятельностью предприятий АПК, дополненная этапом определения бизнес-ориентации, что обеспечивает согласование

стратегических установок предприятия с маркетинговыми функциями, позволяет оценить результаты реализации рыночно-ориентированной деятельности и сформировать рекомендации по повышению ее эффективности (рис. 7).



Рисунок 7 – Процесс управления рыночно-ориентированной деятельностью предприятий АПК

Разработаны стратегические альтернативы для птицеводческих предприятий на основе анализа ряда факторов, определяющих их рыночно-ориентированную деятельность.

Обосновано, что для эффективного функционирования птицеводческим предприятиям необходимо стабилизировать внутреннюю среду, развивать ее ресурсную и операционную составляющие.

В результате проведенного исследования выявлено, что в птицеводческих предприятиях преобладают слабые стороны, но при этом имеется множество потенциальных возможностей. Следовательно, в их деятельность целесообразно внедрить WO-стратегию. Основными мероприятиями данной стратегии являются: переход на замкнутый цикл производства, что способствует снижению зависимости отечественного птицеводства от импорта инкубационного яйца; расширение посевов гороха и сои как важного источника белка для кормов местного производства; развитие рыночно-ориентированной деятельности на птицеводческих предприятиях путем трансформации их организационных структур.

Учитывая сложность условий функционирования птицеводческих предприятий, необходимо сочетание всех стратегических альтернатив.

В результате выбранную WO-стратегию предложено дополнить мероприятием SO-стратегии, в частности развитием альтернативного вида птицеводства – перепеловодства. Это обуславливает целесообразность разработки проекта производства и реализации перепелиных яиц и мяса перепелов.

Основной целью реализации проекта является расширение ассортимента продукции птицеводства, представленной на продовольственном рынке Луганской Народной Республики, с целью максимального удовлетворения потребностей населения.

Предлагаемый проект производства и реализации перепелиных яиц и мяса перепелов предусматривает инвестиционные расходы в сумме 1170000,00 рос. руб., в которые вошли расходы на приобретение двухнедельных перепелят, приобретение оборудования, строительно-монтажные работы по подготовке производственного помещения и рекламу. Производство планируется организовать как вид деятельности уже существующего предприятия СООО «Авис», которое располагает подходящими свободными производственными помещениями.

Показатели эффективности производства и реализации перепелиных яиц и мяса перепелов (табл. 2) свидетельствуют об инвестиционной привлекательности предлагаемого проекта.

Доказано, что производство и реализация мяса перепелов и перепелиных яиц, с одной стороны, является дополнительным источником получения прибыли птицеводческими предприятиями, а с другой, обеспечивает достижение социального эффекта, который заключается в положительном изменении оценки удовлетворенности потребителей продукции птицеводства.

Таблица 2 – Прогнозируемые показатели эффективности производства и реализации перепелиных яиц и мяса перепелов

Показатели эффективности	Значения показателей
Доход от реализации, рос. руб.	13533840,00
Валовая прибыль, рос. руб.	4141385,00
Чистая прибыль, рос. руб.	3313108,00
Чистая приведенная стоимость, рос. руб.	1621888,05
Внутренняя норма доходности, %	31
Индекс прибыльности	1,29
Дисконтированный период окупаемости, мес.	31

Разработана модель рыночно-ориентированной стратегии СООО «Авис» с помощью математического моделирования, в частности теории игр, которая позволила определить структуру ассортимента продукции, обеспечивающую предприятию при разных рыночных условиях получение дохода от реализации продукции птицеводства в заданном объеме.

В результате моделирования функционал оценивания, построенный на основе данных о доходе от реализации продукции птицеводства СООО «Авис» и каналах сбыта продукции, имеет следующий вид:

$$F = F^+ = \begin{pmatrix} 409679115,50 & 74671651,55 & 10847016,24 \\ 20642520,00 & 6367991,00 & 10321028,00 \\ 1662857,00 & 1044587,00 & 24812,00 \end{pmatrix}$$

Проанализировав полученную матрицу, определили, что оптимальная рыночно-ориентированная стратегия предприятия является смешанной. Это обусловило необходимость решения задачи линейного программирования.

В ходе исследования установлено, что при разных рыночных условиях предприятию для получения дохода от реализации продукции птицеводства в объеме 389518 тыс. рос. руб. необходимо ориентироваться на следующее соотношение видов продукции: яйца куриные – 94,83%, мясо кур – 4,77%, продукция перепеловодства – 0,38%.

В работе обоснована необходимость формирования и реализация рыночно-ориентированной стратегии птицеводческого предприятия как способа повышения эффективности его деятельности.

Выявлены основные принципиально отличительные характеристики рыночно-ориентированной стратегии: наличие системы убеждений, в которой приоритизированы интересы потребителей; использование эффективных методик для предоставления высшей ценности потребителям с целью обеспечения их лояльности к предприятию; способность предприятия генерировать и использовать информацию о покупателях и конкурентах; мобильность реакции на требования потребителей и действия конкурентов; способность поддерживать соответствующую организационную культуру.

В ходе проведенного исследования обосновано, что алгоритм разработки рыночно-ориентированной стратегии должен включать следующие блоки: анализ стратегических установок предприятия; анализ факторов, определяющих рыночно-ориентированную деятельность; анализ рыночно-

ориентированной деятельности и ее стратегий; выбор рыночно-ориентированной стратегии; разработка рыночно-ориентированной стратегии; оценка рыночно-ориентированной стратегии; моделирование рыночно-ориентированной стратегии. Это позволит поэтапно проанализировать, выбрать, разработать, оценить и смоделировать рыночно-ориентированную стратегию.

ВЫВОДЫ

В диссертационной работе проведено теоретическое обобщение и предложен новый подход к решению научной задачи, которая заключается в обосновании теоретико-методических подходов и разработке практических рекомендаций по формированию и развитию рыночно-ориентированной деятельности птицеводческих предприятий. Результаты проведенного исследования позволили сделать следующие выводы:

1. На основе анализа современной научной литературы проведено исследование рыночно-ориентированной деятельности как экономической категории. Предложено авторское определение «рыночно-ориентированная деятельность», под которым следует понимать управляемый и многоаспектный процесс, который направлен на удовлетворение потребностей реальных и потенциальных потребителей продукции предприятия, заключающийся в реализации маркетинговых функций, установлении стратегических установок и способов их достижения с учетом имеющегося потенциала предприятия. Выявлены особенности рыночно-ориентированной деятельности, обусловленные спецификой производственно-сбытовой деятельности в сфере АПК. Определена значимость рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК, заключающаяся в ее направленности на продовольственное обеспечение населения.

2. Предложена совокупность основных принципов рыночно-ориентированной деятельности, дополненная принципом иерархичности стратегических установок, который позволяет согласовывать задачи предприятия с его миссией и целями, принципом взаимной выгодности отношений участников рынка, который позволяет устанавливать цели, обеспечивающие удовлетворение интересов потребителей, производителей и государства, и принципом креативности, реализация которого предусматривает создание условий, способствующих творческому процессу генерации идей.

3. С целью исследования потребителей продукции птицеводства проведена их кластеризация, в результате чего получен отдельный кластер потребителей перепелиной продукции, что свидетельствует о наличии спроса на данный вид продукции. При этом проанализировав факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей, выявлена необходимость расширения ассортимента птицеводческой продукции альтернативными видами. Следовательно, полученные результаты обуславливают целесообразность разработки проекта производства и реализации перепелиных яиц и мяса перепелов.

4. Обосновано направление по расширению ассортимента птицеводческого предприятия продукцией альтернативного вида птицеводства – перепеловодства. Предложенный проект производства и реализации перепелиных яиц и мяса перепелов является эффективным, о чем свидетельствует значение чистой приведенной стоимости, составившее 1621888,05 рос. руб., срок окупаемости проекта, составивший 31 месяц, при норме доходности 31% и индексе прибыльности 1,29. Установлено, что реализация проекта также обеспечит достижение социального эффекта, который заключается в повышении удовлетворенности потребителей продукции птицеводства.

5. Разработанная модель рыночно-ориентированной стратегии СООО «Авис» позволила определить структуру ассортимента продукции, которая обеспечит предприятию при разных рыночных условиях получение дохода от реализации продукции птицеводства в гарантированном объеме, в частности, яйца куриные – 94,83%, мясо кур – 4,77%, продукция перепеловодства – 0,38%.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии, брошюры, учебники и учебные пособия

1. Курипченко, Е.В. Особенности прогнозирования и стратегического планирования в аграрном секторе экономики / Е.В. Курипченко // Теоретические основы стратегического планирования и управления хозяйственным комплексом страны и регионов: монография / В.И. Богачев, В.Н. Гончаров, М.Н. Шевченко и др. – Луганск: Изд-во ЛНАУ. – 2017. – Гл. 4, п. 4.1. – С. 101-117.

Личный вклад соискателя: определены факторы, влияющие на внедрение стратегического планирования в аграрной сфере, выявлены преимущества и недостатки использования стратегического планирования на сельскохозяйственных предприятиях.

2. Курипченко, Е.В. Сущность и основные составляющие процессов прогнозирования / Е.В. Курипченко // Роль планирования и прогнозирования в условиях рыночной экономики (опыт развитых стран мира): монография / В.Г. Ткаченко, М.Н. Шевченко, С.Л. Катеринец и др. – Луганск: Изд-во ЛНАУ. – 2019. – Гл. 1, п.1.1. – С. 8-17.

Личный вклад соискателя: рассмотрены подходы к определению прогнозирования и охарактеризованы его основные составляющие.

Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК Луганской Народной Республики

3. Курипченко, Е.В. Агромаркетинг и его особенности / Е.В. Курипченко // Науковий вісник Луганського національного аграрного університету. Економічні науки. – 2012. – № 43.– С. 134-140.

4. Куріпченко, О.В. Формування маркетингової стратегії сільськогосподарських підприємств / О.В. Куріпченко // Науковий вісник Луганського національного аграрного університету. Економічні науки. – 2013. – № 55. – С. 160-167.

5. Куріпченко, О.В. Аналіз маркетингового середовища сільськогосподарського підприємства / О.В. Куріпченко // Науковий вісник Луганського національного аграрного університету. Економічні науки. – 2014. – № 59. – С. 188-194.

6. Куріпченко, О.В. Маркетингове дослідження діяльності сільськогосподарських підприємств / О.В. Куріпченко // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Економічні науки. – 2014. – № 6. – С. 251-257.

7. Курипченко, Е.В. Маркетинговая составляющая конкурентоспособности предприятия / Е.В. Курипченко // Друкеровский вестник. – Новочеркасск: ИПУ РАН. – 2015. – №4. – С. 245-252.

8. Курипченко, Е.В. Методический подход к обеспечению конкурентоспособности предприятия / Е.В. Курипченко // Организатор производства. – Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет». – 2015. – № 3(66). – С. 75-84.

9. Курипченко, Е.В. Состояние и перспективы развития отрасли птицеводства / Е.В. Курипченко, В.Н. Гончаров // Менеджер. – 2016. – № 1(75). – С. 61-67.

Личный вклад соискателя: определены перспективы развития отрасли птицеводства на основе анализа финансовых показателей птицеводческих предприятий разных стран.

10. Курипченко, Е.В. Анализ факторов маркетинговой среды птицеводческих предприятий / Е.В. Курипченко, В.Н. Гончаров, В.В. Деркачева // Менеджер. – 2016. - №2(76). – С. 63-71.

Личный вклад соискателя: предложена модель исследования маркетинговой среды предприятия, проведен SWOT-анализ деятельности птицеводческих предприятий, в результате которого определены стратегические альтернативы их развития.

11. Курипченко, Е.В. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе маркетинговой деятельности / Е.В. Курипченко, В.Н. Гончаров // Организатор производства. – Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет». – 2016. – № 2. – С. 79-84.

Личный вклад соискателя: обоснована необходимость развития птицеводства и определены приоритетные направления его развития.

12. Курипченко, Е.В. Стратегический анализ конкурентных позиций предприятия / Е.В. Курипченко, В.Н. Гончаров // Организатор производства. – Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет». – 2016. – № 4. – С. 13-20.

Личный вклад соискателя: проведен анализ внутренней и внешней маркетинговой среды птицеводческих предприятий, на основе чего

разработаны стратегии, учитывающие различные сочетания сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.

13. Курипченко, Е.В. Исследование потребителей продукции птицеводства / Е.В. Курипченко // Научный вестник ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет» – Луганск: ГОУ ЛНР ЛНАУ. – 2018. – № 1. – С. 242-250.

14. Курипченко, Е.В. Теоретические подходы к стратегическому управлению развитием предприятия / Е.В. Курипченко, А.В. Кретова // Менеджер. – 2018. – 3(85). – С. 161-167.

15. Курипченко, Е.В. Рыночно-ориентированная деятельность предприятий в современных условиях / Е.В. Курипченко // Экономика. Менеджмент. Инновации. – Донецк: ООО «НПП «Фолиант». – 2019. – № 2 (20). – С. 38-44.

Доклады на научных конференциях и другие научные публикации

16. Куріпченко, О.В. Особливості маркетингової діяльності в сучасних умовах господарювання / О.В. Куріпченко // Теоретико-методологічні засади ефективного розвитку аграрного виробництва : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. молодих учених, аспірантів і студентів, 24-25 квітня 2014 р. У 2 ч. Ч. 1 / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків: ХНАУ. – 2014. – С. 51-54.

17. Курипченко, Е.В. Исследование потребителей в маркетинговой деятельности / Е.В. Курипченко, Р.Э. Дзюба // Интеграция современных научных исследований в развитие общества: сборник материалов Международной научно-практической конференции, Том II – Кемерово: ЗапСибНЦ, 2016. – С. 378-381.

Личный вклад соискателя: предложена методика оценки удовлетворенности потребителей.

18. Курипченко, Е.В. Анализ потребителей методом иерархической классификации / Е.В. Курипченко // Методологические и организационные аспекты функционирования и развития финансовой системы: новые вызовы, практика, инноватика : материалы Международной научно–практической конференции профессорско-преподавательского состава, 3 ноября 2016 г., Донецк : ДонАУиГС, 2016. – С. 318-320.

19. Kuripchenko, E.V. Development prospects of aviculture industry / E.V. Kuripchenko, V.N. Goncharov, M.N. Shevchenko, O.V. Droznyak // Problems and prospects of development of economy and management : materials of the IV international scientific conference on December 3-4, 2016. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2016. – P. 13-17.

Личный вклад соискателя: проведен сравнительный анализ потребления мяса в разных странах мира.

20. Курипченко, Е.В. Маркетинговый анализ рынка птицеводческой продукции / Е.В. Курипченко // Современное состояние и приоритетные направления развития аграрной экономики в условиях импортозамещения :

материалы международной научно-практической конференции 17 февраля 2016 года, пос. Персиановский: Донской государственный аграрный университет, 2016. – С. 98-102.

21. Курипченко, Е.В. Влияние факторов маркетинговой среды на деятельность птицеводческих предприятий / Е.В. Курипченко // Управленческие и маркетинговые аспекты развития субъектов АПК и агропродовольственного рынка: Материалы межрегиональной научно-практической конференции, посвященной 45-летию кафедры управления и маркетинга в АПК ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 9-11 ноября 2016 г., г. Воронеж. – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2016. – С. 292-295.

22. Курипченко, Е.В. Особенности осуществления маркетинговой деятельности аграрных предприятий / Е.В. Курипченко // Фундаментальные прикладные и научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2016. – С. 136-138.

23. Курипченко, Е.В. Роль маркетинга в стратегическом управлении предприятием / Е.В. Курипченко, М.Н. Шевченко // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2016. – С. 46-49.

Личный вклад соискателя: предложена последовательность действий по формированию механизма организации управления реализацией стратегии.

24. Курипченко, Е.В. Исследование рынка продукции птицеводства на основе анкетирования / Е.В. Курипченко // Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект: материалы VI Международной научно-практической конференции (14-16 апреля 2016 г.) – СПб.: НИУ ИТМО, 2016. – С. 49-53.

25. Курипченко, Е.В. Оценка удовлетворенности потребителей аграрной продукции / Е.В. Курипченко // Научные основы развития АПК: Сб. науч. тр. по материалам XIX Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием (16 мая - 03 июня 2017 г.) – Томск-Новосибирск: ИЦ золотой колос, 2017. – С. 339 -342.

26. Курипченко, Е.В. Маркетинговый аспект управления конкурентоспособностью предприятия / Е.В. Курипченко // Актуальные проблемы профессионального образования в Республике Беларусь и за рубежом: материалы IV Международной научно-практической конференции, Витебск: В 2-х ч. / Витебский филиал Международного университета «МИТСО». – Витебск, 2017. – Ч.2. – С. 182-185.

27. Курипченко, Е.В. Расширение ассортимента как способ повышения удовлетворенности потребителей / Е.В. Курипченко // Модернизация аграрного образования: интеграция науки и практики: Сб. науч. тр. По материалам III Международной научно-практической конференции

(10 ноября 2017 г.) – Томск-Новосибирск: ИЦ золотой колос, 2017. – С. 67-70.

28. Курипченко, Е.В. Маркетинговое планирование деятельности птицеводческих предприятий / Е.В. Курипченко // Актуальные проблемы профессионального образования в Республике Беларусь и за рубежом: материалы V Международной научно-практической конференции, Витебск, 15 декабря 2017 г.: В 2-х ч. / Витебский филиал Международного университета «МИТСО». – Витебск, 2017. – Ч. 2 – С. 213-215.

29. Курипченко, Е.В. Маркетинговые исследования рынка потребителей / Е.В. Курипченко // Донецкие чтения 2017: Русский мир как цивилизационная основа научно-образовательного и культурного развития Донбасса: Материалы Международной научной конференции студентов и молодых ученых (Донецк, 17-20 октября 2017 г.). – Том 3: Экономические науки. Ч. 3: Актуальные научные исследования: экономика, управление, инновации / под общей редакцией проф. С.В. Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2017. – С 105-106.

30. Курипченко, Е.В. Особенности стратегического управления предприятиями АПК / Е.В. Курипченко // Экономика и предпринимательство 21 века: проблемы и перспективы развития: материалы Республиканской научной конференции преподавателей и молодых ученых с международным участием (18-19 декабря 2018 г.) / под ред. В.Г. Ткаченко. – Луганск: ГОУ ЛНР «ЛНАУ», 2018. – С. 61-64.

АННОТАЦИЯ

Курипченко Е.В. Рыночно-ориентированная деятельность предприятий АПК в современных условиях. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – АПК и сельское хозяйство) (экономические науки). Государственное образовательное учреждение Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет», Луганск, 2019.

В диссертационной работе обоснованы теоретические аспекты и разработан научно-методический инструментарий развития рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК.

В работе проведено исследование понятийного аппарата рыночно-ориентированной деятельности предприятий, определены основные принципы, выявлены особенности рыночно-ориентированной деятельности предприятий, обусловленные спецификой производственно-сбытовой деятельности в сфере АПК, сформулировано авторское видение понятия «рыночно-ориентированная деятельность», определена значимость рыночно-ориентированной деятельности предприятий АПК, заключающаяся в ее направленности на продовольственное обеспечение населения.

Исследовано состояние и выявлены тенденции развития рыночно-ориентированной деятельности птицеводческих предприятий, проведен анализ рыночных возможностей птицеводческих предприятий на основе оценки экономического, технико-технологического, социального, политического, экологического и отраслевого аспектов их деятельности.

Предложен методический подход к исследованию потребителей птицеводческой продукции, который дополнен этапом кластеризации потребителей и этапом оценки факторов, влияющих на их удовлетворенность.

В результате исследования факторов, определяющих рыночно-ориентированную деятельность птицеводческих предприятий Луганской Народной Республики, выявлены стратегические альтернативы их развития, которые учитывают различное сочетание имеющихся сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами внешней среды.

Для обоснования направления по расширению ассортимента птицеводческого предприятия продукцией альтернативного вида птицеводства – переполоводства, разработан проект производства и реализации перепелиных яиц и мяса перепелов, внедрение которого обеспечит достижение экономического и социального эффектов. Разработана модель рыночно-ориентированной стратегии птицеводческого предприятия, которая позволила определить структуру ассортимента продукции, обеспечивающую при разных рыночных условиях получение дохода от реализации продукции птицеводства в гарантированном объеме.

Основные научные положения, представленные в диссертационной работе, направлены на развитие рыночно-ориентированной деятельности предприятий отдельных отраслей агропромышленного комплекса, в частности птицеводческих предприятий, в современных условиях.

Ключевые слова: рыночная ориентация, рыночно-ориентированная деятельность, рыночно-ориентированная стратегия, потребители, удовлетворенность потребителей, предприятия АПК, птицеводческие предприятия.

SUMMARY

Kuripchenko E.V. Market-oriented activity of enterprises of AIC in modern conditions. – As a manuscript.

Thesis for the degree of Candidate of Economic Sciences in speciality 08.00.05 – Economics and national economy management (economics, organization and management of enterprises, industries, complexes – AIC and agriculture) (economic sciences). State educational institution of the Lugansk People's Republic «Lugansk National Agrarian University», Lugansk, 2019.

Theoretical aspects were grounded and scientific methods of formation and development of market-oriented activity of agricultural enterprises were developed in the thesis.

The study of terminology of market-oriented activity of enterprises was carried out, the basic principles of market-oriented activity of enterprises were defined,

market-oriented features depending on the peculiarities of production and marketing activity in the field of agriculture were revealed, the author's point of view on the term «agrarian marketing» was formulated, the significance of market-oriented activity of agricultural enterprises aimed at provision of food to the population was determined.

The state of marketing activity development of poultry enterprises was studied and its trends were established; the analysis of market opportunities of poultry enterprises was done on the basis of the evaluation of economic, technical and technological, social, political, ecological and sectoral aspects of their activity.

The approach to the study of poultry products consumers completed with the stage of consumers clustering and with the stage of evaluation of factors affecting their satisfaction was proposed.

As a result of the research of factors determining market-oriented activity of poultry production enterprises of Lugansk People's Republic strategic alternatives of their development were revealed taking into account different combinations of strengths and weaknesses with opportunities and threats of the environment.

The plan for production and selling of quail eggs and meat, the introduction of which will ensure the achievement of economic and social effects, was developed for the rationale of the trend to extend the assortment of a poultry production enterprise with the produce of the alternative poultry breeding branch – quail breeding.

The model of market-oriented strategy of a poultry production enterprise was developed; it enabled to determine produce assortment structure which provides making profit from selling in the guaranteed amount under different market conditions.

The main scientific problems given in the thesis are directed towards the development of market-oriented activity of enterprises of particular branches of agro-industrial complex namely of poultry production enterprises under modern conditions.

Keywords: market orientation, market-oriented activity, market orientation strategy, consumers, consumer satisfaction, AIC enterprises, poultry enterprises.

Подписано к печати 26.09.2019. Формат 60x84x1/16.
Усл.печ. л. 1,0. Печать ризографич. Заказ № 125. Тираж 100 экз.

Отпечатано ФЛП Пальчак Андрей Владимирович
МИ-СГР ИД № 11-0012502 от 25.11.2015 г.
91016, г. Луганск, ул. Коцюбинского, 2, тел.. (0642)55-19-83