

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Аранчій В.І., к.е.н., професор; Зоря С.П., ст. викл.; Лантух А.О., аспірант
Полтавська державна аграрна академія*

Досліджено теоретичні основи формування конкурентних стратегій аграрних підприємств в контексті забезпечення їх конкурентоспроможності та ефективності функціонування на ринку продовольства. Сформовано оптимальну систему конкурентної стратегії підприємства, що поєднує стратегію формування конкурентних переваг, стратегію конкурентоспроможності та стратегію ведення конкурентної боротьби.

Theoretical bases of forming of competition strategies of gelose enterprises are investigational in the context of providing of their competitiveness and efficiency of functioning at the market of food. The optimum system of competition strategy of enterprise, which combines strategy of forming of competitive edges, strategy of competitiveness and strategy of conduct of competitive activity, is formed.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки все більшого значення набуває конкуренція в аграрному секторі. Конкурентоспроможність підприємства доцільно визначати як властивість виробничих та економічних систем підприємства пристосовуватися до впливу зовнішнього середовища, ставлячи за збереження, розвиток існуючих або формування нових конкурентних переваг. Тобто, в основі конкурентоспроможності лежить динамічність. Ключовими факторами успіху є ефективність використання ресурсного потенціалу та ринкові вміння ведення конкурентної боротьби, які можуть вплинути на формування довгострокової конкурентної переваги аграрного підприємства що й лежить в основі конкурентної стратегії.

Виходячи з цього, саме впровадження ефективного механізму формування та вибору конкурентних стратегій аграрних підприємств, на основі їх стратегічного потенціалу, дозволить забезпечити високу економічну ефективність їх діяльності та зайняти стійкі конкурентні позиції на внутрішніх і зовнішніх ринках продовольства в довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливим внеском у вирішенні проблем щодо формування і реалізації конкурентних стратегій є праці таких зарубіжних науковців, як Г. Азоева, І. Ансофа, М. Портера, Е. Чемберлена, А. Стрікланда, А. Томпсона, А. Юданова, Г. Хемела та ін. Дані вчені сформулювали різні погляди щодо терміна «конкурентна стратегія» та запропонували базові стратегії, описали особливості, принципи їх формування та впровадження в умовах ринкової економіки. Проте, доцільно зазначити, що функціонування українських підприємств, особливо аграрних, викликає зацікавленість дослідження теоретичних аспектів, як самої конкуренції, так і конкурентних стратегій у відповідності до ринкових умов господарювання саме України, вітчизняними вченими, зокрема такими, як Я. Базилюк, О. Гудзинський, О. Дацій, Л. Довгань, Л. Євчук, Ю. Іванов, Г. Кіндрацька, Н. Куденко, М. Малік, П. Саблук, Р. Фатхутдінов, О. Шпичак, З. Шершньова та інші.

Постановка завдання. Дослідження теоретичних аспектів формування конкурентних стратегій аграрних підприємств з метою забезпечення їх кон-

курентоспроможності та ефективності функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливим інструментом формування конкурентних переваг є конкурентна стратегія. Досить часто «конкурентну стратегію» ототожнюють із «стратегією конкуренції», але у результаті проведеного нами дослідження було з'ясовано основні відмінності даних понять. Конкурентна стратегія формує конкурентну перевагу, яка в той же час дає можливість підприємству конкурувати, та отримувати перемоги в даній боротьбі за завоювання та збереження пріоритетних позицій на ринку продовольства. Стратегія конкуренції – є вузькою категорією, яка визначає лише основні засоби досягнення цієї конкурентної переваги.

В економічній літературі міститься багато різноманітних визначень щодо сутності поняття «конкурентна стратегія».

Так, наприклад Г. Азоев визначає конкурентну стратегію як план дій організації, спрямований на досягнення успіху у конкурентній боротьбі на певному ринку [1, с. 56].

І. Ансофф у своїй праці «Стратегічне управління», зазначає, що конкурентна стратегія – це стратегія, що концентрується на діях та підходах, які пов'язані із управлінням та спрямовані на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу [2, с. 260].

Ю. Іванов запропонував наступне визначення терміну «конкурентна стратегія»: «...це ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані організацією, з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації підприємства до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі» [3, с. 70].

Н. Куденко розглядає конкурентну стратегію, як різновид стратегії організації, що дає відповідь на одне з найважливіших запитань: «Як організація конкурує на цільовому ринку, за рахунок чого витримує конкурентний тиск і отримує перемогу в конкурентній боротьбі?» [4, с. 171].

А. Томпсон та А. Стрікленд визначають конкурентну стратегію, як розроблення управлінських рішень, які направлені на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентної позиції підприємства в конкретній галузі [7].

Г. Хемел та С. Прахалад зазначають, що формування конкурентної стратегії полягає у створенні майбутньої конкурентної переваги швидше, ніж конкуренти скопіюють те, що використовуєте сьогодні [8].

З. Шершньова зазначає, що конкурентна стратегія, – це ділова стратегія організації, основою якої є стійка конкурентна перевага [9, с. 24].

Оцінювання аналізованих питань, пов'язаних із формуванням конкурентних стратегій, свідчить про те, що у працях, як сучасних вітчизняних, так і зарубіжних науковців, основний акцент при формуванні конкурентних стратегій ставиться на досягнення конкурентних переваг, при цьому авторами не уточнюється, яку саме конкурентну перевагу повинна забезпечити реалізація конкурентної стратегії. Адже у відповідності до класифікації конкурентних переваг за джерелом їх формування (відношення до підприємства), вони поділяються та внутрішні та зовнішні. На нашу думку, внутрішні конкурентні переваги є не метою конкурентної стратегії, а повинні братися за основу при її формуванні. Відповідно до цього, в основі конкурентної стратегії, що орієнтована на досягнення

зовнішніх конкурентних переваг, повинні бути внутрішні переваги підприємства, досягнутий ним рівень потенціалу конкурентоспроможності, що дають йому в сукупності можливість зайняти відповідну позицію на ринку, а вже дії підприємства, що пов'язані із перетворенням впливу зовнішніх факторів на свою користь, – зберегти чи підвищити даний рівень.

Більшість авторів у своїх визначеннях щодо конкурентних стратегій акцентують увагу саме на способах довгострокової поведінки підприємства, проте на перший план, на нашу думку, повинна виходити функція мети, а не часу, адже досягнення поставленої мети, в першу чергу залежить від особливостей діяльності підприємства, його ресурсного потенціалу та вміння з більшою фінансово-економічною віддачею використати наявний ресурсний потенціал, тим самим підвищивши свій рейтинг та позицію на ринку стосовно інших підприємств-конкурентів.

Огляд літератури щодо теоретичних аспектів формування конкурентних стратегій, дав можливість сформулювати власне визначення поняття «конкурентної стратегії підприємства». Таким чином, конкурентна стратегія підприємства – це комплекс взаємопов'язаних заходів, що ґрунтуються на внутрішніх конкурентних перевагах та вмінні підприємства нейтралізувати вплив зовнішніх факторів із максимальною вигодою для себе з метою отримання пріоритетних переваг у веденні конкурентної боротьби за завоювання та утримання міцних позицій на ринку, досягнення, підвищення чи збереження бажаного рівня конкурентоспроможності.

Враховуючи динамічність та мінливість зовнішнього середовища, реалізація конкурентної стратегії не повинна завершуватись на етапі досягнення мети, а повинна корегуватися у відповідності до змін та загроз зовнішнього середовища, що дасть можливість не втратити досягнутий рівень конкурентоспроможності та зміцнити позиції на ринку.

Кожне підприємство, що веде конкурентну боротьбу в галузі, користується стратегією конкуренції очевидно або неочевидно. Така стратегія може розроблятися експліцитно через процес планування або ж розгортатися приховано через діяльність різних відділів підприємства [5, с. 11].

Нами запропоновано систему конкурентної стратегії підприємства, що включає в себе окремий набір стратегій: формування конкурентних переваг, стратегію конкурентоспроможності та стратегію ведення конкурентної боротьби підприємством (рис. 1).

На рис. 1 видно, що конкурентна стратегія є своєрідним елементом, що сполучає підприємство та його конкурентів, і відповідно до наявних конкурентних переваг (ринкових факторів успіху та потенціалу конкурентоспроможності) відбувається конкуренція. Таким чином, конкурентна стратегія поєднує в собі стратегію формування конкурентних переваг (потенціалу), стратегію забезпечення конкурентоспроможності підприємства та стратегію ведення конкурентної боротьби.

Отже, умовою забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств являється оптимальний і економічно обґрунтований вибір конкурентної стратегії та виробництво продукції краще, ніж це роблять конкуренти.



Рис. 1. Система оптимальної конкурентної стратегії

Джерело: розроблено автором

Високий рівень конкурентоспроможності продукції дає можливість нарощування обсягів виробництва, можливість формування портфеля замовлень і продажу продукції, що в свою чергу, забезпечить отримання максимального прибутку підприємством. Менеджери підприємства повинні чітко визначитися з усіма видами діяльності, які дозволять підприємству краще використовувати наявні ресурси, наприклад, за рахунок запровадження більш прогресивних технологій, модернізації, мотивації працівників чи ефективного управління підприємством, серед існуючих стратегічних альтернатив такі перспективи може забезпечити конкурентна стратегія.

Висновки. Таким чином, процес формування та реалізації конкурентних стратегій, слід розглядати як комплекс організаційно-економічних заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей, перетворення факторів та чинників конкурентоспроможності в їх конкурентні переваги. Ефективно сформована конкурентна стратегія відповідно до потенційних конкурентних можливостей та переваг підприємства, що включає довгострокові програми дій, за всіма можливими функціональними напрямками діяльності, спрямована на дієву реалізацію, забезпечить підприємству досягнення ринкового успіху та переваги над підприємствами-суперниками.

Література:

1. Азоєв Г. Л. Конкуренція: аналіз, стратегія и практика / Г. Л. Азоєв. – М. : Центр економіки и маркетинга, 2001. – 270 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление // И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Иванов Ю. Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / Ю. Б. Иванов та ін.; за заг. ред. Ю. Б. Иванова. – ХНЕУ. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 383 с.
4. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н.В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с.
5. Портер М. Стратегія конкуренції [текст] : Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер, Е. Майкл., [пер. с англ.]. – К. : Основи, 1997. – 390 с.

6. Посвятенко Т. І. Взаємозв'язок конкурентних переваг і конкурентних стратегій підприємства / Т. І. Посвятенко // Економіка та підприємництво. – 2006. – №1. – С. 214–219.

7. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учеб. для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. [пер. с англ.; под. ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой]. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

8. Хэмел Г. Конкуренция за будущее. Создание рынков завтрашнего дня : пер. с англ. / Г. Хэмел, К. Прахалад. – М. : Олимп-Бизнес, 2002. – 288 с.

9. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 340 с.

Рецензент – к.е.н., доцент Чумак В.Д.

УДК 332.12(292.451/.454):314.9

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗРУШЕННЯ У ФОРМАХ ЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ

Антошкін В. К., аспірант

Науково-дослідний економічний інститут Мінекономіки України

У статті розглянуті чинники формування та розвитку зайнятості населення в аграрній сфері економіки. Визначені нові форми зайнятості, проблеми та тенденції їх поширення, соціально економічні наслідки та необхідність подальшого обґрунтування та регулювання.

The article describes the factors shaping and development of employment in the agricultural sector of the economy. Defined new forms of employment, problems and trends in their distribution, social and economic consequences and the need for further study and regulation.

Постановка проблеми. Складовою глобальних змін у соціально-трудої сфері сільського населення є трансформація зайнятості, а саме – модифікація традиційних та виникнення абсолютно нових її форм. Ці зміни активно впливають на основні параметри ринку праці на селі (попит, пропозицію, ціну робочої сили, появу нових суб'єктів та інститутів у сфері зайнятості тощо). Це зумовлює потребу в глибокому науковому опрацюванні даної проблематики.

У новітній економічній літературі представлено дедалі більше публікацій з проблем ринку праці та зайнятості. У них розглядаються теоретичні аспекти цього особливого ринку, подаються загальні його характеристики, наводяться кількісні та якісні параметри, обґрунтовуються регіональні особливості зайнятості селян тощо. За останні десятиріччя перш за все вчені у галузі економіки праці та сільського господарства без перебільшення здійснили прорив у науковому опрацюванні організаційно-економічних механізмів регулювання зайнятості. Вагомими є здобутки у розвитку економіки ринку робочої сили і ринку робочих місць. Втім, зміни у розвитку аграрного господарювання і його економічної системи нині є настільки стрімкими, що наукові дослідження соціально-трудої проблематики часто не встигають за потребами реальної практики, їх масштаби і глибина далеко не завжди є задовільними.

Головним завданням статті є визначення нових форм, напрямів та видів зайнятості у аграрній сфері економіки і, на цій основі, виявлення проблем та тенденцій їх поширення. Велика увага приділяється визначенню соціально-