

3. Бухгалтерське та податкове забезпечення майнових і земельних відносин у новостворених сільськогосподарських підприємствах (посібник). За редакцією академіків УААН П. І. Гайдуцького і П. Т. Саблука. – К. : ІАЕ, 2002. – 408 с.

4. Концепція функціонування та розвитку аудиту в Україні. – ННЦ ІАЕ – 6 с.

5. Методичні положення до визначення попиту на консультаційні послуги підприємствам, організаціям, установам АПК / [Саблук П. Т., Скирта Б. К., Тивончук С. О., Канівський П. К.]. – К. ІАЕ, 2002. ДОД, – 17 с.

Рецензент – д.е.н., професор Плаксієнко В.Я.

УДК 339.137.2:664

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Процюк Н.Ю., аспірант

Полтавська державна аграрна академія

У статті розглянуто основні економічні умови здійснення процесу «формування конкурентоспроможності підприємства». Визначено передумови його теоретичного виділення як управлінської категорії, та запропоновано авторське бачення дефініції цього поняття. Визначено напрями управлінської діяльності з формування конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості.

The article deals with the basic economic conditions of the process of «forming of enterprise competitiveness». The theoretical premise of its selection as a category of management has been determined, and the author's vision of the definition of the term has been proposed. The areas of management activities on forming of enterprise competitiveness in food market have been determined.

Постановка проблеми. Підприємство у процесі своєї господарської діяльності є учасником конкурентної боротьби за споживача (покупця) [3, с. 127], тому однією з важливих передумов його виживання є розробка маркетингової стратегії та формування конкурентоспроможності. Можливість подальшого виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від рівня його конкурентоспроможності та досягнення високого рівня ефективності, що є безперечною запорукою успіху підприємства на динамічному ринку сучасної економіки [8, с. 58].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку конкурентного середовища, а також особливості управління конкурентоспроможністю підприємства та його продукції знаходили відображення у дослідженнях таких вітчизняних науковців як Андрійчук А., Березіна О., Зіновчук В., Іванюта В., Ільяшенко В., Коваленко Ю., Канінський П., Малік М., Саблук П., Шпикуляк О. та багатьох інших. Відзначаючи внесок попередників у розробку проблеми, водночас відзначимо, що проблема конкурентних переваг (у зв'язку з особливостями розвитку національної економіки, а також динамічності конкурентного середовища) у межах даного ринку залишається ще недостатньо дослідженою.

Постановка завдання. Мета статті полягає в дослідженні теоретичних та методичних засад формування конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування конкурентоспроможності підприємства можна визначити як управлінський процес, ре-

зультатом якого є набуття суб'єктом господарювання сукупності якостей, котрі дозволяють продовжувати діяльність на ринку. У зв'язку з тим, що теоретичне визначення перебігу цього управлінського процесу визначається, з одного боку, цілями управління підприємством, а з другого боку, тлумаченням термінів, які утворюють його дефініцію, саме від їх значення залежить зміст критеріїв, які окреслюють часові та ресурсні обмеження, а також інструменти і методи забезпечення його здійснення.

Результати аналізу праць вітчизняних науковців дозволяють констатувати, що попри розповсюджене використання досліджуване поняття не розглядається як самостійна категорія, а використовується поряд із поняттям «управління конкурентоспроможністю». При цьому, в контексті викладу результатів дослідження різними авторами, вбачаються його різні значення, наприклад, як:

- оптимальне поєднання наявних внутрішніх та зовнішніх чинників конкурентоспроможності у діяльності підприємства з метою забезпечення бажаного економічного результату [5];

- процес планування стратегії, який складається з послідовних дій: а) аналізу конкурентного середовища організації на макро- та макрорівнях; б) оцінки конкурентоспроможності організації; в) визначення зовнішніх і внутрішніх конкурентних переваг організації; г) встановлення напрямів підсилення позиції фірми в конкуренції; д) формування відповідної стратегії організації, оцінка обраної стратегії [6, с. 133-134];

- процес удосконалення (розвитку) стану ресурсів, виробничих та функціональних систем з метою досягнення ними заданих показників ефективності, що підкреслюватиме конкурентний потенціал підприємства в порівнянні з аналогічними системами інших учасників ринку [4];

- забезпечення умов для виробництва конкурентоспроможної на ринку продукції (шляхом зменшення собівартості, покращення споживчих якостей та доступності продукції, тощо) [10].

Безумовно, всі вищенаведені визначення є етапами або завданнями управління конкурентоспроможністю, проте їх функціональні відмінності не дозволяють окреслити чіткі межі поняття дефініції «формування конкурентоспроможності». Разом з тим, спроба уніфікації термінології дозволила б визначити єдине поняття як управлінської категорії, котре об'єднувало усі вищенаведені визначення.

Згідно із поясненням Великого тлумачного словника термін «формувати» є процесом створення умов для існування чого-небудь; створення, шляхом надання якоїсь структури, організації, форми [1, с. 1544]. Термін «управляти» (як те ж саме за значенням, що й «керувати») означає спрямовувати процес, впливати на розвиток, стан чого-небудь [1, с. 536]. В свою чергу термін «забезпечувати» тлумачиться як процес створення надійних умов для здійснення чого-небудь; гарантування чогось.

Визнання наведених тлумачень як підґрунтя для впорядкування термінології дозволяє визначити зв'язки між ними як частин і цілого, які перебувають в такому відношенні: процес управління конкурентоспроможністю

складається з декількох етапів, одним із яких є формування конкурентоспроможності підприємства – а саме, створення організаційної структури, яка є основою для реалізації управлінських дій стосовно забезпечення конкурентоспроможності окремих виробничих або функціональних систем суб'єкта господарювання.

Процес формування конкурентоспроможності підприємства не можливо розглядати без врахування особливостей цільового ринку, тож розглянемо їх. Ринок харчової продукції – це цілісна динамічна система раціонального формування і розподілу продовольчих ресурсів первинної та вторинної переробки, яка забезпечує взаємодію виробників і споживачів у встановленні обсягів і структури виробництва, а також досягненні та підтриманні необхідних якості та ціни продукції.

Внаслідок цього конкурентоспроможність виробника продуктів харчування визначається з позицій компаративної (порівняльної) вигоди. Наприклад, індивідуальний суб'єкт ринку купує товари та послуги там, де вони дешевші, а продає тому покупцеві, який пропонує найбільш високу ціну. Якщо підприємство не може реалізувати свою продукцію та послуги за ринковими цінами, значить, воно є неконкурентоспроможним. Якщо ж виробник в змозі розширити свою присутність на ринку – він має потенційну конкурентоспроможність. Тобто, якщо суб'єкт ринку тривалий час витримує конкуренцію і розвиває своє виробництво, збільшуючи ринок збуту свого товару, то цей суб'єкт є конкурентоспроможним.

Конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості на ринку виникає в процесі функціонування товаровиробників, об'єднаних в компанії і фірми необхідністю забезпечувати випуск конкурентоспроможного товару.

Таким чином, до найважливіших факторів конкурентоспроможності підприємства-виробника продовольчих товарів слід віднести: рентабельність виробництва; характер інноваційної діяльності; рівень продуктивності праці; ефективність стратегічного розвитку та управління підприємством; здатність адаптуватися і швидко реагувати на мінливі умови і вимоги ринку.

Все різноманіття конкурентних відносин, які виникають на ринку продовольчих товарів характерні для інших сфер народного господарства:

- мікрорівень (конкретні види продукції, виробництва, підприємства);
- мезорівень (галузі, корпоративні об'єднання підприємств і фірм);
- макрорівень (народно-господарські комплекси).

Конкурентні фактори на мікрорівні – це якість і ціни на продукцію і надані послуги, а конкурентоспроможність – це співвідношення між цими показниками в розрізі товарів або товарних груп на рівні підприємств.

На ринку продуктів харчування поширеною є ситуація, коли його учасниками є багато дрібних компаній і одна досить велика. При цьому велике підприємство матиме значний вплив на ринкову ціну. Тому при плануванні заходів із забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку необхідно враховувати не тільки число, але і концентрацію продавців і покупців. Таким чином, зміст заходів для формування конкурентоспроможності підприємства-виробника продовольчих товарів визначається не лише ефек-

тивністю організації виробництва, але й специфічними маркетинговими факторами: числом учасників ринку, та розміром ринкової частки кожного з них.

Отже, формування конкурентоспроможності підприємства – це створення умов для високого рівня адаптивності до динамічних змін ринкового середовища та здатності конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів. Цей процес як складову управління конкурентоспроможністю підприємства слід розглядати як частину загального менеджменту, що спрямовується на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєдіяльності суб'єктів господарювання [2, с. 25].

Володіння конкурентними перевагами для підприємства харчової промисловості, передбачає існування можливості забезпечити вищий обсяг продажів, рівень показників рентабельності продукції і фінансово-господарської діяльності, ніж інші учасники ринку. Створення конкурентних переваг є ознакою ефективнішої експлуатації внутрішніх ресурсів, в порівнянні із середньостатистичним для даного виду продукції (асортиментної лінії), територіального ринку, сегмента ринку чи окремих учасників ринку. Конкурентні переваги визначаються рядом якісних характеристик та показників, які підкреслюють переваги системи збуту та обслуговування споживачів, та цим створюють умови для досягнення кращих маркетингових показників відносно досягнутих конкурентами. Таким чином, в контексті маркетингового підходу, формування конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості є процесом забезпечення ринкових переваг над аналогічною продукцією інших учасників ринку.

Проте в розрізі чинників внутрішнього та зовнішнього середовищ узагальненим показником конкурентоспроможності, на думку, окремих науковців, є інтегральний показник, який охоплює сукупність виробничих, соціальних, управлінських якісних і кількісних характеристик, які складають потенціал суб'єкта господарювання, що створює необхідні умови для виготовлення високоякісного кінцевого продукту. При цьому, конкурентоспроможність як інтегрований показник можливо розглядати в статичі і динаміці. В статичі він свідчить про існуючий стан якості виробничо-економічної системи підприємства. Характеристика конкурентоспроможності в динаміці представляє собою рух процесів щодо створення конкурентних переваг за рахунок ефективної взаємодії у часі і просторі сукупності виробничих, соціальних, управлінських чинників, що створюють сприятливі умови для виробництва та реалізації продукту і характеризують ступінь задоволення потреб споживачів [9, с. 63-64].

Таким чином, формування конкурентоспроможності підприємства здійснюється суб'єктами управління, в руках яких сконцентровані достатні адміністративні повноваження для розпорядження ресурсами, проведення організаційно-функціональних перетворень, адаптації ринкових можливостей підприємства для задоволення зростаючих потреб споживачів.

Адаптація підприємств до мінливих умов зовнішнього середовища можлива через реалізацію механізму управління конкурентоспроможністю, головною особливістю якого є як його змістовна і структурна спрямованість на

зростання результативності управління підприємством, так і орієнтація на системне використання ринкових можливостей підприємства [7, с. 43].

Ефективність управлінського впливу на формування конкурентоспроможності підприємства залежить від структури системи управління та вміння менеджменту спланувати діяльність підприємства таким чином, щоб забезпечити стабільні результати його функціонування на тривалому проміжку часу. При цьому планування має здійснюватися на засадах раціонального використання внутрішніх ресурсів, ефективної взаємодії з контрагентами та суб'єктами ринку, дотримання чинного законодавства, врахування інтересів власників капіталу та інвесторів в питаннях набуття, експлуатації та продажу виробничих, фінансових та інвестиційних ресурсів, з урахуванням кон'юнктури ринку та-середовища.

Формування конкурентоспроможності підприємства полягає забезпечені керованості функціональних підсистем підприємства з метою досягнення очікуваного результату (рис. 1). В свою чергу, суб'єкти управління (менеджмент) мають забезпечувати якомога ефективніше використання власних ресурсів підприємства, розвиток матеріально-технічної бази, створення матеріальних передумов.



Рис. 1. Процеси і ресурси формування конкурентоспроможності підприємства
Джерело: [9, с. 68]

Організаційно-адміністративне забезпечення процесу формування конкурентоспроможності підприємства потребує чіткого окреслення необхідним для управління ним функцій та завдань управління, а також їх розробки та впровадження на науково обґрунтованій методичній і аналітичній основі. До їх числа входять:

- диференціації функцій організації та управління процесом формування конкурентоспроможності, проведення оцінка їх впливу, що дозволяє вчасно отримувати інформацію про перебігу правлінських дій, що спрямовані на створення конкурентних переваг у процесах продажу продукції та обслуговування споживачів, а також в операційній діяльності суб'єкта господарювання з метою контролю, координації та корегування дій;

- використання в якості основи оцінювання конкурентоспроможності підприємства методології процесного підходу, що дозволяє забезпечити достатньо деталізоване вивчення процесів, які впливають на реалізацію стратегічних і тактичних планів, а також для обґрунтування заходів корегуючого впливу;

- розрахунок інтегрального показника рівня конкурентоспроможності, який може застосовуватись з метою прогнозування результатів діяльності функціональних підрозділів (посадових осіб, працівників, що відповідають за окремі процеси), що сприятиме підвищенню рівня їх вмотивованості на підвищення ефективності праці.

Висновки. Узагальнення всього вищенаведеного дозволяє зробити наступні висновки. Формування конкурентоспроможності підприємства – це процес побудови системи оціночних показників, характеристик процесів управління створенням конкурентних переваг, які здатні забезпечувати обґрунтовану оцінку: а) результативності фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання на ринку продуктів харчування; б) фінансового становища та ресурсного потенціалу підприємства, якими характеризується ефективність реалізації конкурентної стратегії; в) ефективності систем закупівлі сировини та матеріалів, виробництва, збуту продукції та обслуговування споживачів (із заданим рівнем рентабельності та конкурентоспроможності); г) характеру впливу реалізованих організаційних, адміністративних, господарських та забезпечувальних процесів, а також вмінню управлінського персоналу використовувати усі наявні можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
2. Дикий О. В. Вплив глобалізації бізнесу на формування конкурентного середовища підприємства / О. В. Дикий // *Культура народів Причорномор'я*. – 2006. – № 78. – С. 23-28.
3. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась та ін. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
4. Клюквіна М.С. Управлінські технології формування конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] // *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. – 2011. – Режим доступу: <http://economy.kpi.ua/uk/node/290>. – Назва з екрану.
5. Кривешко О.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів / О.В. Кривешко, П.В. Сідун // *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи*

становлення і проблеми розвитку : [збірник наукових праць]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 180-188.

6. Менеджмент організацій : підручник / За заг. ред. Л.І. Федулової. – К.: Либідь, 2004. – 448 с.

7. Остряніна С.В. Формування конкурентних переваг молокопереробних підприємств на продовольчому ринку України // Наукові праці Кіровоградського Національного технічного університету. – 2013. – №23. – С. 39-46.

8. Портер М. З. Конкуренция / М. Портер. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.

9. Ревенко Н. Управління процесом формування конкурентоспроможності продукції підприємства / Н. Ревенко, І. Малихіна // Вісник ТНЕУ. – 2013. – №2. – С. 62-70.

10. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації : підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. – К.: Кондор, 2009. – 470 с.

Рецензент – д.е.н., доцент Писаренко В.В.

УДК 330.1: 338.43(1-22)

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО РЕГУЛЮВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Руснак А.В., к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

У статті визначені основні складові концепції сталого розвитку (економічні, соціальні, екологічні). Обґрунтована структура концепції «Регіонального сільського розвитку». Досліджено економічні, соціокультурні, політичні, інституціональні та екологічні аспекти сільського розвитку. Визначено основні принципи управління розвитком сільських територій.

In the article identifies the key components of sustainable development (economic, social, environmental). The structure of the concept of «Regional Rural Development». The economic, socio-cultural, political, institutional and environmental aspects of rural development. The basic principles governing the development of rural areas.

Постановка проблеми. Перехід до сталого розвитку сільських територій дозволяє забезпечити комплексне та інтегроване вирішення їх основних проблем в межах єдиної концепції, в центрі якої знаходиться сільських жителів. Цим пояснюється актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема забезпечення сталого розвитку сільських територій присвятили праці такі вчені: М.Ф. Кропивко, М.М. Малік, Л.М. Мельник, О.М. Онищенко, О.І. Павлов, Д.В. Шиян, М.А. Хвесик, О.В. Шубравська, В.В. Юрчишин та інші. У сучасних умовах доцільно обґрунтувати концептуальні підходи сталого розвитку сільських територій України та державної політики й управління у цій сфері.

Постановка завдання. Основним завданням дослідження є визначення концептуальних засад регулювання та управління розвитком сільських територій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Схематично сталий розвиток можна представити як процес взаємодії трьох компонентів: «населення - природи - господарства» або «соціальної сфери - екології - економіки» (рис. 1).