

багатопланова категорія, яка розглядається не тільки на рівні товару або підприємства, але також в рамках галузі або країни. У зв'язку з цим єдиного підходу до визначення даної категорії не існує. Конкурентоспроможність формується під впливом багатьох факторів, які можуть в різній мірі відрізнятися один від одного в залежності від того, що є об'єктом оцінки (товар, підприємство, галузь чи країна).

Література.

1. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року. Проект розпорядження КМУ від 22.10.2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/gromadske-obgovorennja/2018/10/22/innovatsiyogo-rozvitku-ukraini.pdf>.
2. Коваленко О.В. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / О.В. Коваленко, Д.М. Мисенко. – 2014 – С. 5-11.
3. Competitiveness Report 2018. Professor Klaus Schwab, World Economic Forum. Insight Report. Switzerland. 657 p. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018/> (date of treatment 15.02.2019).
4. Офіційний веб-сайт Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Стахів О.А. Фактори конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства / О.А. Стахів, Т.Л. Адамчук // Економіка і суспільство – 2017. – № 12. – С. 360-364.

СТРАТЕГІЧНІ ЗМІНИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

***ВЛАСЕНКО Т.А., К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Особлива роль сільськогосподарського машинобудування в агропромисловому комплексі обумовлена значним впливом використання сучасної інноваційної техніки в діяльності підприємств агробізнесу для підвищення рівня продуктивності їх праці та забезпечення належної якості продукції. Даний ринок представлений як продукцію для рослинництва, так і для тваринництва. За статистичними даними за 2017 рік лівова частка даного ринку у грошовому виразі (92,23) була придбана сільськогосподарськими

підприємствами саме для рослинництва. Для тваринництва вона становила лише 1,18 %. Це дозволяє стверджувати про переважну орієнтацію придбання техніки саме для галузі рослинництва. Ємність даного ринку в Україні становить близько 22 млрд грн за 2017 р., третину якого в натуральних одиницях займають трактори – 33 %, 20,35 % – зернозбиральні комбайни, 14% – сівалки (без тукових), по 5 % – культиватори та борони, 3,14 % – жатки валкові, та близько 6% універсальна техніка для рослинництва та тваринництва, представлена причепами та напівпричепами, а також вантажними автомобілями. У вартісному виразі ринок тракторів представлено американськими виробниками: «Case», «John Deere», «Massey Ferguson», «New Holland» (53,7 %), німецькими: «Claas», «Deutz-Fahr», «Fendt» (21,82 %) та білоруськими (9,67 %). На жаль, українські виробники представлені в обсязі 3 % даного ринку в нашій державі. Подібна ситуація і до другого найкрупніших сегменту даного ринку – зернозбиральних комбайнів: продукцію американських компаній у 2017 році українськими сільгоспвиробниками було придбано на 1,874 млрд грн., що становить 41,1 %, а німецьких – на 918 млн грн, що складає близько 20 % ринку. Українських комбайнів на внутрішньому ринку було реалізовано на 198 млн грн., що становить 4,3 %. Таким чином, з 53,35 % всього внутрішнього ринку сільськогосподарської техніки вітчизняним виробникам машинобудування належить лише 7,4 %, що свідчить про низький рівень конкурентоспроможності даної продукції. Беручи до уваги зростання ролі рослинництва у національній економіці держави та особливо в експорті (питома вага рослинництва за 2017 рік в експорті становила 21,3 %, яка з 2013 року зросла з 14 %), вітчизняний ринок сільського господарства варто вважати досить привабливим для виробників техніки, а низький рівень представлення вітчизняної сільськогосподарської техніки свідчить про відчутні помилки в управлінні підприємствами цієї підгалузі, що вимагає впровадження стратегічних змін, призначення яких полягає у підвищенні конкурентоспроможності продукції, у суттєвому збільшенні долі ринку вітчизняних виробників сільськогосподарського машинобудування в Україні, що вимагає перебудови внутрішньої структури підприємства, культури, цінностей, норм, принципів в напрямку створення нового бачення діяльності.

Сучасне бізнес-середовище характеризується низкою властивостей, які обумовлюють характер діяльності суб'єктів господарювання. До цих властивостей варто віднести високий рівень конкуренції як на національному так і на світовому ринках, посилення

процесів глобалізації та інтеграції, які зближують економіки різних країн, створюючи тим самим, з одного боку, більш привабливі можливості для розширення ринку, а з іншого – знижують захисні бар'єри для підприємств як захист від агресивної політики транснаціональних корпорацій. Посилення регуляції з боку держав та міжнародних організацій також відчутно впливає на діяльність підприємств. Зміна структури та обсягу попиту примушують підприємства постійно вдосконалюватися, підвищувати якість продукції, займатися диверсифікацією тощо. Вплив всіх цих характеристик є постійним та пролонгованим у часі, але прогнозування особливостей цього впливу залишається достатньо складним для управління завданням. Визначення напрямів діяльності підприємства у довгостроковій перспективі традиційно відноситься до сфери стратегічного управління. А високий рівень динаміки зовнішнього та внутрішнього середовища вимагає розробки та впровадження сучасної концепції стратегічних змін.

Проведений аналіз результатів досліджень дозволяє надати власні риси досліджуваній категорії стратегічних змін.

Стратегічні зміни є особливим специфічним типом організаційних змін. Їх характер на відміну від організаційних, які можуть бути спровоковані внутрішніми проблемами, завжди обумовлений взаємодією із зовнішнім середовищем, а їх реалізація відображає позиціонування підприємства на ринку для забезпечення утримання існуючих конкурентних переваг та набутті нових. Якщо сутність організаційних змін – перехід до бажаного стану, обумовленого цілями діяльності, а їх масштаб та характер залежить від складності даного переходу, то стратегічні зміни включають необхідність окреслення профілю бажаного стану разом з управлінськими інструментарієм забезпечення його детермінації. Успішність стратегічних змін залежить від формування динамічних здатностей підприємства та компетентностей персоналу. Взаємодія із зовнішнім середовищем обумовлює і пріоритетні цілі здійснення стратегічних змін, які полягають у забезпеченні належного рівня ефективності, включаючи високий рівень рентабельності, покращення ступеня відповідності вимогам зовнішнього середовища шляхом адаптації та пристосування, все в цілому становить сутність розвитку підприємства.

Беручи до уваги розуміння дослідниками системних елементів підприємства, які мають бути змінені, стратегічні зміни торкаються найбільш важливих та значущих підсистем, до яких доцільно віднести місію та сукупність цілей діяльності, сукупність цінностей, ключових

бачень, організаційну культуру та структуру, систему управління, лідерство та стиль менеджменту, ієрархію та розподіл функцій та повноважень між різними гілками влади, процеси прийняття управлінських рішень. Серед зазначених елементів та підсистем важливо розділяти основні та допоміжні, а також інформаційно-управлінські та організаційні. Ключовими є цілі, бачення, стратегія сама по собі. Більшість інших елементів мають допоміжне значення, адже їх зміни повинні бути націлені на досягнення поставлених в рамках стратегічних змін завдань. Це стосується таких понять як організаційна структура, культура, ієрархія, стиль лідерства та управління. Їх трансформації не повинні виступати цілями будь-яких змін на підприємстві, а лише засобами для досягнення. Бюрократичність та негнучкість існуючих організаційних структур на вітчизняних підприємствах не дозволяють швидко та ефективно реагувати на запити ринку щодо впровадження інновацій, удосконалення технології або імплементації систем управління якістю тощо. Натомість, зміни організаційної структури та ієрархії без визначення гострої потреби в них для досягнення цілей стратегічних змін призводять лише до погіршення ситуації та втрати часу разом з використанням ресурсів.

Специфічність стратегічних змін пов'язана ще й з подоланням розриву між планування та реалізацією стратегії. Такий розрив виникає в разі недосконалості формулювання стратегії, некоректного розподілу ресурсів для її досягнення або в разі надшвидкої зміни умов зовнішнього середовища, які вимагають радикальних змін стратегії та планів діяльності, що призводить до зупинки окремих проєктів та програм роботи підприємства і вимагає негайного втручання в існуючу стратегію.

На відміну від організаційних змін, вони не стільки забезпечують перенесення підприємства у бажаний стан, скільки створюють передумови для спроможності підприємства змінюватися в цілому для забезпечення конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі. Фактично це передбачає перерозподіл наявних ресурсів як для забезпечення поточного функціонування підприємства, так і для створення потенціалу зростання. Стратегічні зміни для вітчизняних підприємств передбачають формування методології управління, направленої на проактивне формування стратегії, що включає розробку моделей управління, принципів, методів та відповідного забезпечення.

В результаті стратегічних змін підприємства повинно сформувати конфігурацію організаційної структури, технологій, процесів, процедур навчання та підвищення кваліфікації кадрів, які в

майбутньому мають забезпечувати ефективне функціонування підприємства як реакцію до вимог зовнішнього середовища та як відповідь на його ризику.

Література.

1. Cornelissen J. P. The role of analogy and metaphor in the framing and legitimization of strategic change // J. P. Cornelissen, R. Holt, M. Zundel, J. P. Cornelissen // *Organization Studies*. – 2011. – № 32 (12). – pp. 1701–1716.

2. Balogun J. Breaking out of strategy vectors: Reintroducing Culture / J. Balogun, S. Floyd // *Research in Organizational Change and Development*. – 2010. – № 18. – pp. 51-76.

3. Отенко В. І. Стратегічні зміни на підприємстві: сутність, види, інструментарій / В. І. Отенко, О. В. Гронь // *БізнесІнформ*. – 2011. – № 8. – С. 204-207.

4. Сокирник І. В. Сутність та інструменти розробки системи стратегічних змін / І. В. Сокирник // *Вісник Хмельницького національного університету*. – 2009. – № 4. Т. 2. – С. 135-141.

5. Рябова Е. В. Стратегические изменения в сфере услуг и объективная необходимость их развития [Электронный ресурс] / Е. В. Рябова // *Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева*. 2012. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-izmeneniya-v-sfere-uslug-i-obektivnaya-neobhodimost-ih-razvitiya>

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ЇХ ЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

ГРИГОРЕНКО А.С., СТУДЕНТКА,*

*ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІАЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Основним об'єктом в економіці є соціально-економічна система (СЕС). Її розуміють як сукупність ресурсів та економічних суб'єктів, які утворюють єдине ціле (соціально-економічну структуру), взаємопов'язаних і взаємодіючих між собою у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання товарів і послуг, що потрібні у зовнішньому середовищі. До СЕС можна віднести: підприємства, організації, фірми, їх окремі структурні одиниці (філії, дочірні підприємства), а також різноманітні інтеграційні та галузеві об'єднання (асоціації, концерни, корпорації, холдинги, тощо) [1, 3].

* Науковий керівник – Грідін О.В., ст. викладач