

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ АНАЛІЗУ  
РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

STRATEGIC BENCHMARKS FOR ANALYSIS  
OF RESOURCE POTENTIAL OF AGRARIAN ENTERPRISES

ЗОЗУЛЯ Д.О., САЄНКО А.В. \*

Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка

*В статті визначено економічну сутність проблематики аналізу ресурсного потенціалу аграрних підприємств, проаналізовано напрямки регулювання, визначення проблемних питань та розробка системи заходів щодо їх вирішення. Доведено, що проведення аналізу ресурсного потенціалу аграрних підприємств дає змогу визначити, що в аграрних підприємств наявні як слабкі сторони, проте є сприятливі ринкові можливості. Тобто, аграрні підприємства повинні прагнути посилити конкурентні позиції серед тих факторів, де це можливо, з одночасною ліквідацією слабких ланок.*

**Ключові слова:** ресурсний потенціал, аналіз стратегія, аграрні підприємства, ринкові можливості.

*The article defines the economic essence of the analysis of resource potential of agrarian enterprises, analyzes the directions of regulation, defines problem issues and develops a system of measures for their solution. It is proved that analysis of the resource potential of agrarian enterprises makes it possible to determine that there are weaknesses in agricultural enterprises, but there are favorable market opportunities. That is, agrarian enterprises should strive to strengthen competitive positions among those factors where possible, with the simultaneous elimination of weak links.*

**Key words:** resource potential, analysis strategy, agrarian enterprises, market opportunities.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** При розробці стратегії підприємства необхідно ідентифікувати ті внутрішні змінні, які можуть розглядатися як сильні і слабкі сторони підприємства, оцінити їх важливість та встановити основу конкурентних переваг. Для цього проводиться аналіз внутрішнього середовища підприємства, що дозволяє визначити ті можливості, той потенціал, на який може розраховувати підприємство в конкурентній боротьбі в процесі досягнення своїх цілей. Зовнішнє середовище підприємства є сукупністю суб'єктів, що активно діють, і сил, які знаходяться поза сферою безпосереднього контролю з боку керівництва організації і можуть здійснити вплив на її стратегію. За ступенем дій на процеси, що протікають в рамках підприємства, виділяють дві групи зовнішніх чинників: віддаленої дії, що представляють макросферу; безпосереднього впливу ближнього оточення, або галузеві чинники.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням проблематики аналізу ресурсного потенціалу аграрних підприємств та забезпечення його ефективного використання займалися такі науковці: В. Амбросов, М. Афанасьєв [1], І. Буднікевич [2], Ю. Гринчук [3], С. Дем'яненко [4], О. Подольська [6], та ін. Реалії сьогодення вказують на необхідність розвитку цього напрямку досліджень.

**Формулювання цілей статті.** Головною метою і завданням дослідження є розкриття економічної сутності проблематики аналізу ресурсного потенціалу аграрних підприємств, аналіз напрямків регулювання, визначення проблемних питань та розробка системи заходів щодо їх вирішення.

---

\* Науковий керівник – Подольська О.В., к.е.н., доцент

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аналіз внутрішнього середовища підприємства – це процес комплексного аналізу внутрішніх ресурсів та можливостей підприємства, спрямований на оцінку поточного стану бізнесу, його сильних та слабких сторін, виявлення стратегічних проблем. Аналіз внутрішнього середовища дозволяє також краще з'ясувати цілі підприємства, вірніше сформулювати місію, тобто визначити напрями діяльності. Кінцевою метою внутрішнього аналізу є надання інформації менеджерам та іншим зацікавленим особам до ухвалення адекватних стратегічних рішень, вибору стратегії, яка найбільшою мірою відповідає майбутньому підприємства.

Вдосконалення системи управління підприємством або організацією може проводитися з використанням різних методів: аналіз сильних і слабких сторін, аналіз організаційної культури, аналіз ключових компетенцій, стратегічний аналіз витрат.

Вивчення внутрішнього середовища підприємства передбачає аналіз сильних і слабких сторін. Сильні сторони служать базою, на яку підприємство спирається в конкурентній боротьбі і яку воно повинне прагнути розширювати. Це досвід і ресурси, якими володіє підприємство, а також стратегічно важливі сфери діяльності. Слабкі сторони – це недоліки та обмеження, що перешкоджають успіху підприємства і що є предметом пильної уваги з боку керівництва, яке повинне робити все можливе, щоб позбавитися від них. Визначення сильних і слабких сторін слід проводити за всіма напрямками діяльності підприємства: кадри; організація і загальне управління; виробництво; маркетинг; фінанси і облік. Основне призначення аналізу зовнішнього середовища – виявити і з'ясувати можливості і погрози, які можуть виникнути для підприємства в майбутньому, з тим, щоб правильно визначити стратегію і загальну політику підприємства. Під можливостями розуміються позитивні тенденції і явища зовнішнього середовища, які можуть привести до збільшення обсягу продажу і прибутку. Такими можливостями для підприємства є, наприклад, зростання доходів населення і підприємств, ослаблення позицій конкурентів і так далі. Погрози – це негативні тенденції і явища, які здатні за відсутності відповідної реакції підприємства погіршувати його конкурентний статус. До погроз можна віднести зниження купівельної спроможності населення, несприятливі демографічні зміни, посилювання державного регулювання.

Зовнішній аналіз направлений на виявлення реальних можливостей і погроз, пов'язаних із зміною зовнішнього середовища підприємства. SWOT-аналіз передбачає спочатку виявлення сильних та слабких сторін, а також загроз і можливостей, і після цього встановлення ланцюжків зв'язків між ними, які надалі можуть бути використані для формулювання стратегії організації.

Як відомо, SWOT – це аббревіатура слів Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (сприятливі можливості) і Threats (загрози). SWOT-аналіз дає змогу створити найкращу бізнес – модель функціонування підприємства, яка буде відповідати наявним внутрішнім ресурсам і можливостям відповідно до поточних зовнішніх ринкових позицій і можливих загроз, а також має найкращі шанси забезпечити стійкі конкурентні переваги і досягнення фінансових цілей.

Цей метод аналізу особливо необхідний для аграрних підприємств, адже сільське господарство як жодна галузь має сильний вплив різноманітних не прогнозованих чинників. Він передбачає аналіз [5]:

Сильних сторін – позитивних характеристик аграрного підприємства:

- ефективна технологія виробництва пристосована до наявного ресурсного забезпечення;
- можливості збільшення виробництва продукції, наявність власних каналів збуту;
- наявність кваліфікованих спеціалістів з новими поглядами на сучасні умови господарювання;
- ноу-хау, патент, досвід, традиції, вигідні партнери, які можуть створити сприятливі умови для успіху;

Слабких сторін, які за певних умов можуть ускладнити підприємницьку діяльність, створити загрозу успіхові, підвищити ризик:

- неналежний стан матеріально – технічної бази, велика енерго - та матеріаломісткість виробництва;
- низька кваліфікація, відсутність досвіду, дисципліни;
- нестача фінансів, капіталу, неврегульованість юридичних питань;
- потужні конкуренти і т. д.

Можливостей: спеціальних, притаманних даному підприємству характеристик, що можуть забезпечити успіх:

- постійна потреба населення у продуктах харчування, та товарах першої необхідності які дає сільськогосподарська галузь;
- можливість зайняти на світовому продовольчому ринку нішу виробництва екологічно чистої аграрної продукції;
- наявність резервів підвищення внутрішнього попиту.

Загрозливих чинників, які за певних умов унеможливають підприємницьку діяльність:

- недостатній розвиток ринкової інфраструктури внутрішніх продовольчих ринків;
- нестабільність погодних умов, поширення хвороб, проти яких ще нема ефективного засобу боротьби,
- неврегульованість юридичних питань, низький рівень правової захищеності;
- ненадійні партнери, входження в ринок потужного конкурента, орієнтація на товар, що має тимчасовий попит, тощо.

**Висновки.** Проведення аналізу ресурсного потенціалу аграрних підприємств дає змогу визначити, що в аграрних підприємств наявні як слабкі сторони, проте є сприятливі ринкові можливості. Тобто, аграрні підприємства повинні прагнути посилити конкурентні позиції серед тих факторів, де це можливо, з одночасною ліквідацією слабких ланок.

Доцільно концентрувати увагу на зниженні рівня витрат та удосконаленні технологій виробництва, підвищенні якості продукції та її конкурентоспроможності, підвищення рівня менеджменту та мотивації праці серед працівників вітчизняних аграрних підприємств.

### Література.

1. **Афанасьєв М.В.** Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. / **М.В. Афанасьєв, Г.О. Селезньова.** – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2017. – 272 с.
2. **Буднікевич І.М.** SWOT-аналіз у маркетингу : методика та практика [Текст] : навч. посіб. / **І.М. Буднікевич** [та ін.]; Чернів. Нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці: Рута, 2013. – 88 с.
3. **Гринчук Ю.С.** Структура виробничо-ресурсного потенціалу аграрних підприємств та управління її удосконаленням / **Ю.С. Гринчук** // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Випуск 15, частина 1. – 2015. – С. 48-51. – С. 49.
4. **Дем'яненко С.І.** Менеджмент аграрних підприємств: Навч. посібник [Електрон. ресурс] / **С.І. Дем'яненко.** – К. : КНЕУ, 2015. – 347 с. – Режим доступу: [http:// pulib.if.ua/book/88](http://pulib.if.ua/book/88)
5. **Острроверх О.В.** SWOT- аналіз як важливий етап проектування раціональної виробничої структури аграрних підприємств / **О.В. Острроверх** // Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи: матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (Харків, 7-8 квітня 2016 р.). – Харків : ХНТУСГ, 2016. – С. 179-181.
6. **Подольська О.В.** Ключові поняття процесу організаційних змін / **О.В. Подольська, К.С. Богомолова, В.Г. Краля** // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ. – 2018. – Випуск 193. – С. 132-139.

