

О.В. Мандич, канд. екон. наук, доцент
Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка

КОМПОНЕНТИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджуються питання розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок розкриття її основних елементів і напрямків, а також представлений план конкурентної стратегії підприємства, що орієнтується на зростання результативності операційної діяльності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, операційна діяльність, стратегія підвищення конкурентоспроможності.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день, аграрні підприємства проваджують свою діяльність на ринку в умовах жорсткої конкуренції, при чому ті з них, які її не витримують та програють у конкурентній боротьбі, доходять навіть до банкрутства. Для недопущення останнього, суб'єкти господарювання, в тому числі й аграрні підприємства, повинні постійно простежувати зміни у ринковому середовищі, опрацьовувати нові методи усунення негативних моментів не лише для збереження, а й поступового підвищення свого рівня конкурентоспроможності.

За такої ситуації одними з умов формування ефективної конкурентної стратегії розвитку для суб'єктів господарювання виступає наявність достовірної та оперативної інформації щодо структури ринку, характеру конкуренції на ньому, оцінки внутрішнього економічного та виробничого потенціалу підприємства. При чому за допомогою зазначених чинників і відбувається визначення перспективних напрямів отримання конкурентних переваг для підприємства. Перед підприємствами постають безліч питань та альтернатив, але, як підсумок складної аналітичної роботи, підприємства обирають найбільш ефективну, реально можливу стратегію конкурентного розвитку, яка в змозі забезпечувати наявність конкурентних переваг на довгострокову перспективу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогоднішній день, в економічній літературі існує велика кількість результатів досліджень щодо

формування стратегій розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємств. При чому, також існує значна кількість вже сформованих зазначених стратегій, пристосованих до умов аграрного виробництва, однак, незважаючи на значні напрацювання, поки що не існує єдиного підходу, який задовольнятиме в повному обсязі кожне аграрне підприємство. Тому, на нашу думку, подальшого вивчення потребують питання формування конкурентних стратегій розвитку, які зможуть пристосовуватись до умов виробничо-комерційної діяльності окремих підприємств аграрного профілю. Дані стратегії мають бути сформовані на підставі комплексного підходу, з урахуванням специфіки сільського господарства та умов функціонування економічного середовища країни.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження питань щодо розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств за рахунок визначення основних елементів та напрямів, а також представлення плану конкурентної стратегії аграрного підприємства, яка має орієнтуватись на підвищенні результативності їх виробничо-господарської діяльності.

Виклад основного матеріалу досліджень. Ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств виступає їх операційна ефективність через те, що, базуючись на раціональному використанні існуючих, а в більшості випадків навіть обмежених ресурсів, підприємства мають оперативно реагувати на змінні зовнішні умови. У зв'язку з цим, однією з функціональних умов економічного розвитку підприємств постає саме розробка стратегій підвищення конкурентоспроможності. Дані стратегії для підприємства слід розуміти як підвищення здатності задовольняти споживчий попит на ринку на основі ефективного застосування обмежених фінансових ресурсів, краще ніж конкуренти [2].

Формування стратегій конкурентного розвитку підприємств є найважливішим аспектом в стратегічному управлінні. Під конкурентною стратегією підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розуміти сукупність методів та принципів діяльності підприємства, орієнтованих на зростання ділової активності, його взаємозв'язків із зовнішнім і внутрішнім середовищем, перспективних цілей підприємства, а також методики вибору та прийняття управлінських рішень щодо інструментарію досягнення цілей.

Стратегія конкурентного розвитку являє собою програму підприємства, спрямовану на досягнення стратегічних цілей та сприяючу формуванню конкурентних переваг даного підприємства на відповідному

об’єктовому на ринку. По мірі досягнення підприємством поставленої мети, воно має на постійній основі відстежувати проміжні результати, а також здійснювати контроль змін у мікро- та макросередовищі.

Слід виокремити такі важливі напрями прийняття стратегічних управлінських рішень, які спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємств. По-перше, це підвищення ефективності функціонування підприємства з точки зору комерційної діяльності. По-друге, забезпечення процесів функціональної взаємодії між підрозділами підприємства. В контексті підвищення результативності функціонування окремих структурних підрозділів підприємства формуються наступні стратегічні рішення щодо:

- залучення внутрішніх запасів для раціонального використання обмежених ресурсів підприємства;
- управління інноваційного та інвестиційного розвитку;
- управління ресурсним потенціалом підприємства;
- управління інформаційним забезпеченням;
- управління товарною стратегією для підвищення конкурентоспроможності підприємства через формування відповідного до попиту та пропозиції на ринку асортименту;
- управління соціальною складовою діяльності підприємства та ін.

Стратегічні рішення, які спрямовані на реалізацію процесів взаємодії окремих структурних підрозділів в межах підприємства базуються, у більшості випадків, на маркетингових підходах, на формуванні гнучких організаційних структур і забезпеченні сталого розвитку підприємства [4].

Зазначений підхід дозволяє на початковій стадії розвитку стратегій дати оцінку рівня результативності виробничо-комерційної діяльності підприємства. Так, фінансовий компонент стратегій складається з послідовних етапів, які слід реалізовувати в рамках чотирьох складових системи з метою досягнення бажаного довгострокового результату. Комерційна складова стратегій зосереджується на визначенні кола споживачів і сегментів об’єктового ринку, на якому підприємство має намір функціонувати у довгостроковій перспективі. Слід також відмітити, що підвищення ефективності операційної діяльності підприємства є одним з найважливіших компонентів, що мають прямий вплив на їх конкурентоспроможність. Однак кожне окреме підприємство знаходиться в унікальному конкурентному середовищі та діє в конкретній ринковій структурі, що і виокремлює наявність останнього.

Залежно від вищевказаних особливостей функціонування підприємств важливо визначити пріоритетні компоненти, які дозволятимуть визначити рівень їх конкурентоспроможності [5]. Всі компоненти конкурентоспроможності є більш-менш важливими в залежності від визначених особливостей, але, все ж таки, першочерговим є проведення аналізу, здійснення контролю і коригування механізму управління конкурентоспроможністю.

Висновки. В останні роки економічні погляди на шляхи підвищення конкурентоспроможності та методи утримання існуючих конкурентних переваг змінились. Критичним моментом стала оцінка, наскільки інновації та обрані стратегії розвитку підприємств відповідають умовам сучасного ринку та тенденціям глобалізації економіки. Саме за таких умов важлива роль відводиться обґрунтуванню стратегій конкурентного розвитку підприємств та природи їх конкурентних переваг. Застосовуючи дані інструменти, можна існуючу сукупність основних функцій виробничо-комерційної діяльності підприємства перетворити на конкретні окремі процеси. А це, в свою чергу, сприятиме виявленню втрачених резервів не лише із зростання продуктивності праці, а й підвищення ефективності та результативності діяльності підприємств загалом.

В олігополістичній структурі ринку і за ситуації активної конкуренції слід відстежувати особливі конкурентні переваги і здійснювати контроль за результативністю операційної діяльності підприємства. Зазначені особливості знаходять власне відображення в кількісній оцінці рівня конкурентоспроможності підприємства та механізмів управління ним.

Бібліографічний список: 1. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізми реалізації: монографія / Л.Л. Антонюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 275 с. 2. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165. 3. Конкурентоспроможність економіки в умовах глобалізації / Жаліло Я.А., Базилук Я. Б., Белінська Я. В. та ін; За ред. Жаліло Я.А. – К.: НІСД, 2005. – С. 348. 4. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій / За ред. Ю.В. Кіндзерського. – К.: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2007. – С. 27–28. 5. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України: В 3 т. / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад.

НАН Укр. В.П. Семиноженка, чл. кор. НАН України. Б.Є. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2007. – С. 126–127. 6. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: монографія: В 2 т. – Д.Г. Лук’яненко, А.М. Поручник, Л.Л. Антонюк та ін. – К.: КНЕУ, 2006. – С. 275.

А.В. Мандич. Компоненты разработки стратегий повышения конкурентоспособности предприятий. В статье исследуются вопросы разработки стратегии повышения конкурентоспособности предприятия за счет раскрытия ее основных элементов и направлений, а также представлен план конкурентной стратегии предприятия, ориентируется на рост результативности операционной деятельности. Следует также отметить, что повышение эффективности операционной деятельности предприятия является одним из важнейших компонентов, имеющих прямое влияние на их конкурентоспособность. Ключевые слова: конкурентоспособность, операционная деятельность, стратегия повышения конкурентоспособности.

O.V. Mandych. Components developing strategies improve the competitiveness of enterprises. The article deals with the issue of development strategy to increase the competitiveness of enterprises through the disclosure of its basic elements and trends, as well as the plan of a competitive business strategy that focuses on growth performance operations. It should also be noted that the operating efficiency of the company is one of the most important components that have a direct impact on their competitiveness. However, each individual company is in a unique competitive environment in the respective stages of their life cycle and operates in specific market structure, which isolates the presence of the latter. Depending on the operation of enterprises above features important to prioritize components that allow to determine their level of competitiveness.

Keywords: competitiveness, operational activities, increase competitiveness strategy.

Стаття надійшла до редакції 17.02.2016 р.