

Література:

1. Хачатурян Б. О. Методологічні засади формування системи управління витратами підприємства. Український журнал прикладної економіки. 2018. Т. 3, № 3. С. 228-234.
2. Пчелинська Г. В. Понятійно-категоріальні засади управління витратами підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 27(2). С. 48-53.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ, ЯК ЗАСІБ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ю. Гринчук, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту

А. Шевченко, магістр

Білоцерківський національний аграрний університет

Становлення ринкових відносин супроводжується посиленням конкуренції, що зумовлює необхідність пошуку дієвих способів збереження й підвищення конкурентоспроможності виробничих структур. Мінливість зовнішнього середовища, посилення ролі науково-технічного прогресу і внутрішні стимули економічного зростання спонукають товаровиробників використовувати нові механізми забезпечення їх ефективного функціонування, зокрема – створення систем стратегічного управління, що формують конкурентні стратегії.

Стратегічне управління – це діяльність, спрямована на досягнення основних поставлених цілей і завдань підприємства, визначених на основі передбачення можливих змін зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу шляхом координації й розподілу ресурсів.

Отже, основним у стратегічному управлінні є прогнозування перспективного розвитку підприємства. Із методологічної точки зору прогнозування ґрунтується не лише на оптимістичних оцінках, одержаних екстраполяцією спостережень темпів росту, а й на вивченні явних і прихованих проблем, які можуть змінити тенденцію, що склалася [1]. У цілому ці зміни характеризують нестабільність зовнішнього середовища. Можливості підприємства протистояти таким змінам оцінюється за підсумками аналізу поточних конкурентних позицій.

Концепція стратегії розвитку повинна враховувати необхідність поступової та послідовної зміни принципів ведення господарства, де першим етапом буде можливість дотримувати вектору наздоганяючого розвитку, а другим – забезпечення випереджального розвитку, без досягнення неможливо вирішити стратегічні завдання аграрного сектору економіки – забезпечення продовольчої безпеки країни.

Спираючись на класичне розуміння розвитку як незворотної та спрямованої зміни об'єкта або процесу, слід розглядати стратегію будь-якого господарюючого суб'єкта як поетапний рух до досягнення бажаного стану в

динамічному зовнішньому середовищі. У свою чергу прогресивність або регресивність розвитку об'єкта є його критерієм, у господарському просторі визначатиметься носієм економічних інтересів (держава, власник, працівник). У цілому це зумовлює необхідність аналізу елементної бази стратегії розвитку як інструменту управління, що дасть можливість встановити її адаптивність, перспективність та цілепокладання, тобто ефективність реалізації.

Узагальнення результати досліджень, розвиток ідей стратегічного менеджменту сприяло формуванню такої структури, де її основними елементами науковці виділяють лише цілі, місії та поведінку господарюючого суб'єкта. На наше переконання, цього недостатньо, оскільки залишається поза увагою гнучкість у використанні ресурсного потенціалу та формуванні стратегічних активів. Отже, спираючись на логіку поняття «стратегічний розвиток», вважаємо за доцільне розширити перелік елементів стратегії розвитку господарюючого суб'єкта, передбачивши і процедури стратегічного аналізу, планування, коригування; можливості, що виникають у процесі управління, а також ресурси, які використовуються при збалансованому розподілі [2].

Ресурсне забезпечення бізнесу – ключовий фактор стратегічного розвитку. При цьому необхідно вирішити питання про приращення абсолютного ресурсів з урахуванням запланованих показників виробництва кінцевої продукції. Ресурси – це засоби, які залучаються в технологічний процес і під цілеспрямованим впливом живої праці змінюють свої якісні характеристики, перетворюючись у готовий продукт, що отримує властивості товару на споживчому ринку. На сьогодні дослідники виділяють групи ресурсів, які є, по-перше, різноякісними за сутністю, по-друге – взаємозамінними, по-третє – обмеженими. До них відносять природні, матеріальні, трудові, фінансові, інформаційні ресурси. Підкреслюємо, що значення стратегічних вони набувають, якщо сприяють одержанню додаткової економічної ренти в майбутньому, відносно моменту часу їх прикладання під впливом стохастичного середовища.

Отже, стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства можна визначити як систему, призначену для впливу на елементи і процеси, що забезпечують формування конкурентних переваг і розвитку конкурентного потенціалу підприємства з метою підвищення його стійкості в умовах зростання конкуренції та змін факторів зовнішнього середовища.

Основними цілями системи є: формування виняткових переваг підприємства, які втілені у його товарах, способах ведення конкурентної боротьби, організації внутрішніх процесів і т.д.; оперативне й ефективне використання можливостей зовнішнього середовища, включаючи появу нових ринкових ніш, слабкі позиції конкурентів на цільових сегментах, досягнення науково-технічного прогресу, співпраця із регіональними і державними органами влади та ін.

В умовах нестабільного, динамічного зовнішнього середовища для суб'єктів господарювання важливо виділити основні пріоритети

перспективного розвитку через розробку конкурентної стратегії, яка б максимально враховувала як можливості зовнішнього середовища, так і сильні сторони внутрішнього потенціалу підприємства. У зв'язку із цим, досягнення стійких ринкових позицій підприємства у довгостроковій перспективі є неможливим без комплексного підходу до процесу розробки стратегічної концепції конкурентного розвитку.

Нами пропонується наступна схема розробки стратегічної концепції посилення конкурентних переваг підприємства:

- аналіз конкурентних позицій підприємства та продукції, що випускається серед найбільш пріоритетних груп конкурентів;
- визначення можливих альтернатив конкурентного розвитку товаровиробників;
- порівняльна оцінка ймовірності та ризиковості реалізації представлених варіантів;
- вибір із усіх варіантів альтернативи, реалізація якої є для переробних підприємств найбільш прийнятною з позицій відповідності сильним сторонам внутрішнього потенціалу товаровиробника і можливостям зовнішнього середовища;
- формування у межах обраної стратегічної концепції комплексу заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей.

Література:

1. Сохацька О., Лагоцька Н. Стратегічне маркетингове управління. Журнал європейської економіки. 2013. Т. 12, № 1. С. 120-123.

2. Турба О. О. Стратегічне управління підприємством у сучасних умовах: історико-технологічні засади. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка. 2014. Т. 22, вип. 8(3). С. 151-157.

УПРАВЛІННЯ ТА ЗАХОДИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

М. Кравченко, д.е.н., професор

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Об'єктивні процеси децентралізації в економіці країни покладають на регіони велику відповідальність у вирішенні проблем соціально-економічного розвитку в умовах транзитивної економіки. В ході вирішення цих проблем регіони стикаються з необхідністю здійснення комплексу соціально-економічних завдань. При дуже обмежених бюджетних можливостях у більшості регіонів виникає необхідність залучення додаткових коштів для їх рішення. Таким чином, досить актуальною є проблема залучення інвестицій в регіони. Головна мета: збільшення обсягу залучених інвестицій у розвиток економіки області для активізації економічної діяльності на території регіону та підвищення рівня конкурентоспроможності регіону.

Завдання та заходи щодо залучення інвестицій щодо формування інфраструктури регіону: