

Конкурентні стратегії: сутність та особливості формування на сільськогосподарському підприємстві

Масюк Ю.В.

кандидат економічних наук,
професор кафедри фінансів та банківської справи
Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Стаття присвячена актуальним питанням визначення сутності та особливостей формування конкурентних стратегій на сільськогосподарському підприємстві. Досліджено наукові погляди стосовно сутності поняття «конкурентоспроможність» та «конкурентні стратегії». Встановлено, що одним із ключових напрямів стратегічного планування є конкурентна стратегія сільськогосподарського підприємства, котра генерує конкурентні переваги і передбачає перспективу ефективного функціонування та розвитку. Досліджено критерії формування конкурентних переваг сільськогосподарського підприємства. У статті доведено, що врахування і дотримання принципів розроблення стратегії дасть змогу створити ефективний засіб досягнення цілей підприємства, забезпечить високу конкурентоспроможність і гнучкість.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, стратегія, управління, сільськогосподарське підприємство.

Масюк Ю.В. КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Статья посвящена актуальным вопросам определения сущности и особенностей формирования конкурентных стратегий на сельскохозяйственном предприятии. Исследованы научные взгляды относительно сущности понятия «конкурентоспособность» и «конкурентные стратегии». Установлено, что одним из ключевых направлений стратегического планирования выступает конкурентная стратегия сельскохозяйственного предприятия, которая генерирует конкурентные преимущества и предусматривает перспективу эффективного функционирования и развития. Исследованы критерии формирования конкурентных преимуществ сельскохозяйственного предприятия. В статье доказано, что учет и соблюдение принципов разработки стратегии позволит создать эффективное средство достижения целей предприятия, обеспечит высокую конкурентоспособность и гибкость.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, стратегия, управление, сельскохозяйственное предприятие.

Masyuk Yu.V. COMPETITIVE STRATEGIES: ESSENCE AND FEATURES OF FORMING FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES

The article is devoted to the actual issues of determining the essence and peculiarities of the formation of competitive strategies at an agricultural enterprise. The scientific views on the essence of the concept of "competitiveness" and "competitive strategies" are researched. It is established that one of the key areas of strategic planning is the competitive strategy of the agricultural enterprise, which generates competitive advantages and provides for the prospect of efficient functioning and development. The criteria of forming competitive advantages of an agricultural enterprise are investigated. The article argues that taking into account and adhering to the principles of strategy development will create an effective means of achieving the goals of the enterprise, will ensure high competitiveness and flexibility.

Keywords: competition, competitiveness, competitive advantage, strategy, management, agricultural enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Стратегічними цілями діяльності будь-якого сільськогосподарського підприємства є досягнення належного рівня конкурентних переваг, а також встановлення конкурентної позиції. Конкурентоспроможність трактується порівняльною особливістю можливості сільськогосподарського товаровиробника до накопичення індивідуальних кон-

курентних переваг для забезпечення нових можливостей у галузі виробництва та реалізації виготовленої продукції, котрі б мали на меті задоволення потреб ринку і гарантували прибутковість комерційної діяльності сільськогосподарського підприємства. Господарська діяльність будь-якого сільськогосподарського підприємства неможлива без планування його діяльності, котре

згодом трансформується у розроблення та реалізацію стратегічних планів. З огляду на той факт, що сільськогосподарське товаровиробництво є надзвичайно ризикованим видом підприємництва, хоча й висококонкурентним, у таких умовах виникає потреба у розробленні, виборі і реалізації конкурентної стратегії діяльності підприємства. На сучасному етапі існування ринкових відносин в Україні актуальним є збільшення інтенсивності зростання конкуренції серед сільськогосподарських виробників товарів і послуг. Конкурентну стратегію варто розглядати як засіб, за допомогою якого сільськогосподарське підприємства рухається від поточної ринкової позиції до бажаної. Цей процес реалізується за допомогою адаптації до зовнішніх рушійних сил, таких як конкуренція, ринкові зміни, розвиток технологій, а також за рахунок визначення та розвитку ресурсів сільськогосподарського підприємства відповідно до перспектив, котрі відкриваються перед ним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сутність та методологію формування конкурентних стратегій підприємства досліджували у своїх наукових працях такі вітчизняні і закордонні вчені, як Ю.Б. Іванов, А. Сміт, Н. Грицишин, В. Адамик, Г. Вербицька, Г.Л. Азоєв, М. Портер, М.Г. Сасенко, Є.А. Бельтюков та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Пришвидшення темпів економічних змін і погіршення типу зв'язків між господарюючими суб'єктами спонукають до подальшого розвитку теоретичних і методологічних аспектів формування конкурентних стратегій сільськогосподарського підприємства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основною метою статті є визначення теоретичних і методологічних особливостей формування конкурентних позицій сільськогосподарського підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення рівня конкурентної боротьби спонукає до появи значної кількості конкуруючих підприємств як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, посилення вимог ринку, яке змушує підприємство постійно вдосконалювати свій стратегічний потенціал, здійснювати пошук можливих варіантів його ефективного використання, створення нових конкурентних переваг і вибору конкурентних стратегій [1].

Сутність конкурентної стратегії важливо досліджувати за допомогою використання

певних економічних категорій, таких як конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна перевага та стратегія. Сам процес конкурентної боротьби зосереджений на досягненні чітко визначених цілей, а саме на максимізації прибутку за рахунок завоювання споживачів. Проте способи та шляхи досягнення загальної мети різноманітні. Ключовим елементом, котрий зосереджує основу конкурентної боротьби, виступає конкурентоспроможність. Аналіз сучасних наукових думок свідчить про наявність великої кількості трактувань сутності конкурентоспроможності, насамперед виокремлюється те, що важливо аналізувати два її види – конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність продукції. Ці визначення є взаємодоповнюваними та взаємозалежними.

Адам Сміт у своїй праці «Дослідження про природу й причини багатства народів» (1776 р.) виокремив як її центральну проблему економічний розвиток суспільства і підвищення його добробуту. У розумінні Сміта, і він на цьому весь час наголошує, «ринкові закони кращим чином можуть впливати на економіку, коли приватний інтерес стоїть вище суспільного, тобто коли інтереси суспільства загалом трактуються як сума інтересів осіб, що його складають» [2]. Теорія конкурентних відносин була продовжена Давидом Рікардо, який ввів поняття порівняльних переваг держав, що з тих пір лягли в основу теорії міжнародної торгівлі.

Розглянемо погляди науковців стосовно визначення сутності і ключових аспектів конкурентоспроможності.

Н. Грицишин запропонував трактування конкурентоспроможності із врахуванням часового складника та стверджує, що вона є постійною характеристикою і означає здатність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти у певний період основним конкурентам [3, с. 432].

В. Адамик та Г. Вербицька наголошують на тому, що «конкурентоспроможність є економічною категорією, яка передбачає здатність суб'єкта господарської діяльності впливати на ринкову ситуацію у власних інтересах та спроможність виробляти продукцію, яка задовольняє вимогам споживача за порівняно невеликого рівня витрат» [4, с. 70]. Проте, аналізуючи це визначення, наголосимо на тому, що воно не враховує можливості нецінної конкурентоспроможності продукції.

Узагальнюючи вищевикладене, запропонуємо визначення сутності конкурентоспро-

можності саме для сільськогосподарського підприємства, адже діяльність саме сільськогосподарських підприємств вирізняється значним рівнем ризиковості, враховуючи специфічні особливості діяльності. Отже, конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства – це його здатність в звітному періоді, а також у довгостроковій перспективі забезпечувати вищу порівняно із конкурентами ефективність сільськогосподарського виробництва, незважаючи на високий рівень ризиковості. Оскільки конкурентоспроможність є комплексним поняттям, вона є наслідком діяльності усіх підрозділів сільськогосподарського підприємства в усіх напрямках виробництва і його обслуговування.

Обираючи конкурентну стратегію, важливо врахувати вплив зовнішнього середовища і здійснити оцінку внутрішніх ресурсів, якими володіє сільськогосподарське підприємство. Можливості розвитку сільськогосподарського підприємства залежать від того, наскільки внутрішнє середовище відповідатиме конкурентній стратегії. Варто зауважити, що на практиці вибір і розроблення стратегій стосовно реалізації конкурентних переваг має ґрунтуватися на результатах діагностики фінансового стану сільськогосподарського підприємства і його споживчої привабливості, яка здійснюється в межах оцінки конкурентоспроможності [8, с. 6].

Стратегія конкуренції описує основу конкурентної поведінки сільськогосподарського підприємства на ринку та характеризує процес отримання переваг над конкурентами. Конкурентна стратегія генерується на діях та підходах, котрі нерозривно взаємодіють із управлінням, спрямованим на встановлення та покращення довгострокової конкурентоспроможної позиції сільськогосподарського підприємства. Ключові підходи щодо тракту-

вання сутності поняття «конкурентна стратегія підприємства» наведено в таблиці 1.

Розробляючи на початковому етапі діяльності конкурентну стратегію, сільськогосподарське підприємство має на меті відшукати, а також реалізувати метод вигідного та довгострокового конкурування у своїй галузі. З огляду на значну кількість конкуруючих підприємств і їх відповідних конкурентних переваг, єдиної та універсальної конкурентної стратегії немає. Лише стратегія, погоджена з умовами конкурентної галузі сільського господарства, навичками та капіталом, котрим володіє конкретне підприємство, здатне принести успіх.

Ключовою метою стратегічного управління виступає посилення головного набору конкурентних переваг сільськогосподарського підприємства, які описуються первинним та вторинним походженням. Критерії формування конкурентних переваг сільськогосподарського підприємства наведені на рисунку 1.

Одним із ключових напрямів стратегічного планування виступає конкурентна стратегія сільськогосподарського підприємства, котра генерує конкурентні переваги і передбачає перспективу ефективного функціонування та розвитку сільськогосподарського підприємства. Конкурентні переваги виступають концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній та інших сферах діяльності сільськогосподарського підприємства, що можна виміряти економічними показниками [4, с. 72].

Формування будь-якої конкурентної стратегії має підпорядковуватися таким принципам: «врахування мети; адаптація до змін навколишнього середовища; врахування сфер конкуренції; використання конкурентної переваги» [8]. Врахування і дотримання принципів розроблення стратегії дозволить

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «конкурентна стратегія підприємства»

Науковець	Визначення сутності поняття
Г. Азоєв [5]	«план дій підприємства, спрямований на досягнення успіху у конкурентній боротьбі на певному ринку».
М. Портер [6]	«спрямована на те, щоб зайняти стійку і вигідну позицію, яка дасть змогу організації протистояти натиску тих сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі».
Ю. Іванов [1]	«ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані організацією, з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації організації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі».
М. Саєнко [7]	«спосіб отримання стійких конкурентних переваг в кожній СОБ підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різноманітних і мінливих потреб покупців краще, ніж це роблять конкуренти».

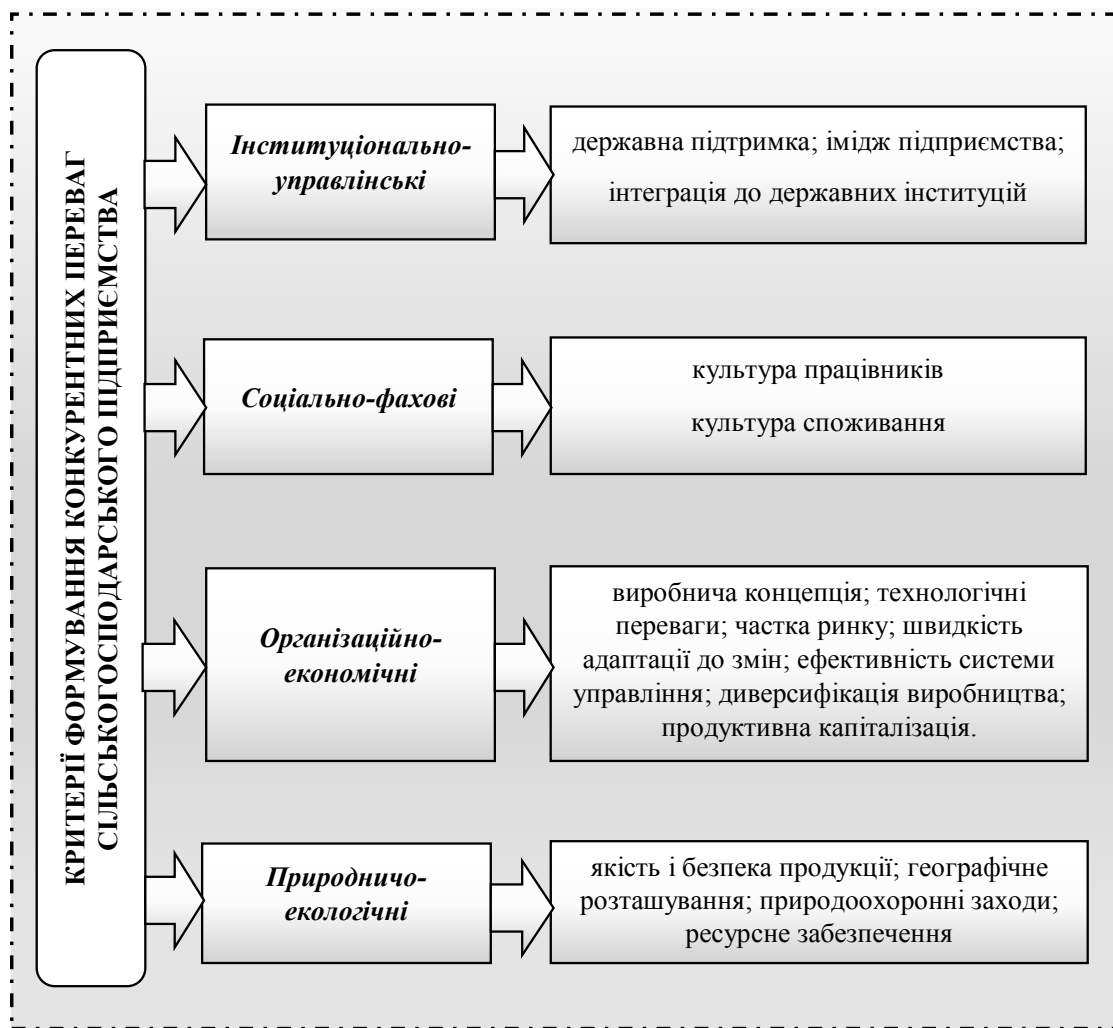


Рис. 1. Критерії формування конкурентних переваг сільськогосподарського підприємства.

Джерело: розроблено автором на основі [1]

створити ефективний засіб досягнення цілей підприємства, забезпечить високу конкурентоспроможність та гнучкість, яка вкрай необхідна в нинішніх мінливих умовах сучасного ринку. Виділяють такі підходи та схеми формування конкурентних стратегій: поетапний процес розвитку стратегій; факторна схема визначення конкурентної стратегії компанії; механізм формування альтернатив; циклічна і ієрархічна моделі процесу стратегічного планування; оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства тощо [8, с. 11].

Запропоновані підходи до формування конкурентних стратегій не враховують важливість поточної конкурентної позиції підприємства під час вибору стратегії, відбувається недооцінення ролі конкурентного середовища, не передбачають гнучкого механізму реагування на зміну факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Ми вважаємо, що

застосування єдиного методу формування конкурентної стратегії не лише неможливе, а й позбавлене сенсу. Це пояснюється тим, що у кожного підприємства є свої умови ведення бізнесу, власна сукупність факторів зовнішнього і внутрішнього середовища та ін. Найбільш доцільним є синтез декількох методів, тобто своєрідна адаптація сукупності підходів для розроблення унікальної стратегії, яка буде дієвою для сільськогосподарського підприємства натеper для вирішення конкретної проблеми. Оскільки неможливо передбачити всю сукупність викликів, які постають перед сільськогосподарськими підприємствами, то необхідно сконцентрувати свою увагу на певних базових підходах до формування конкурентних стратегій. Адже за наявності релевантного набору правил можна створювати нові, які були б адекватні для вирішення поставлених завдань та цілей.

З огляду на специфіку сільськогосподарського товаровиробництва, сільськогосподарські підприємства мають різний стратегічний потенціал, реалізують різні стратегії і можуть існувати в середовищі різного ступеня складності. При цьому одні й ті самі фактори для різних підприємств можуть бути як керованими (тобто підприємство здатне впливати на них), так і некерованими або такими, що враховуються (підприємство пристосовується до їх зміни). Отже, в середовищі функціонування сільськогосподарських підприємств доцільно виділяти не зовнішні і внутрішні фактори конкурентоспроможності, а ті, що створю-

ються (керовані), та ті, що враховуються (некеровані).

Висновки з цього дослідження. Отже, підводячи підсумки вищенаведеного, наголосимо на тому, що процес формування дієвої конкурентної стратегії є необхідним складником успішної діяльності будь-якого сільськогосподарського підприємства. За допомогою застосування конкурентної стратегії сільськогосподарське підприємство матиме змогу реалізовувати поставлену мету, забезпечувати належний рівень прибутковості, підвищувати рівень власної конкурентоспроможності, реалізовувати власні конкурентні переваги і забезпечувати подальший сталий розвиток.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Іванов Ю.Б. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби / Ю.Б. Іванов, О.Ю. Іванова // Проблеми економіки. 2012. № 4. С. 121–128. URL: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-4_0-pages-121_128.pdf
2. Сміт А. Дослідження про природу й причину багатства народів. URL: <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/70320/e6586e522c5a3fb3904b8f70ac939826.pdf?sequence=1>
3. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства // Вісник Львівського університету імені Івана Франка. Серія економічна. Вип. 33. 2014. С. 431–436.
4. Адамик В., Оцінка конкурентоспроможності підприємства // В. Адамик, Г. Вербицька // Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2008. № 1. С. 69–78.
5. Азоев Г.Л. Конкуренція: анализ, стратегия и практика. / Г.Л. Азоев. М. : ЦЭИМ, 2001. 207 с.
6. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 234 с.
7. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник. / М.Г. Саєнко. Тернопіль: «Економічна думка». 2006. 390 с.
8. Бельтюков Є.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності / Є.А. Бельтюков, Л.А. Некрасова // Економіка: реалії часу. 2014. № 2. С. 6–13.

REFERENCES:

1. Ivanov Ju.B., Ivanova O.Ju. (2012) Strateghija formuvannja konkurentnykh perevagh pidpryjemstva v umovakh intensyvnoji konkurentnoji borotjby [Strategy of formation of competitive advantages of the enterprise in the conditions of intense competition] Problemy ekonomiky [Problems of the economy] (electronic journal) vol. 4 pp. 121-128. Available at: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-4_0-pages-121_128.pdf
2. Smit A. (2018) Doslidzhennja pro pryrodu j prychnu baghatstva narodiv [Research on the nature and cause of wealth of peoples] Available at: <https://kniga.biz.ua/book-bagatstvo-narodiv-doslidzhennia-pro-prirodu-ta-prichini-dobrobutu-natsii-008118.html>
3. Ghrycshyn N. (2014) Ocinka konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Assessment of the competitiveness of the enterprise] Visnyk of Lviv Ivan Franko University. The series is economical. vol. 33, pp. 431–436.
4. Adamyk V., Verbycjka Gh. (2008) Ocinka konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Assessment of the competitiveness of the enterprise] Bulletin of the Ternopil National University of Economics vol. 1, pp. 69–78.
5. Azoev G.L. (2001) Konkurenciya: analiz, strategiya i praktika [Competition: Analysis, Strategy and Practice] Moscow: CETA. (in Russian)
6. Porter M. (2005) Konkurentnaya strategiya: Metodika analiza otrasley i konkurentov [Competitive strategy: Methods of analysis of industries and competitors] Moscow: Alpina Business Books (in Russian)
7. Sajenko M.Gh. (2006) Strateghija pidpryjemstva: pidruchnyk [Enterprise strategy: tutorial] Ternopil: "Economic Thought". (in Ukrainian)
8. Beljtjukov Je.A., Nekrasova L.A. (2014) Konkurentna strateghija pidpryjemstva: sutnistj ta formuvannja na osnovi ocinky rivnja konkurentospromozhnosti [Competitive strategy of the enterprise: essence and formation on the basis of assessment of the level of competitiveness] Economics: realities of time. vol. 2 pp. 6–13.