

*Збарська А. В., к.е.н., заступник декана  
факультету аграрного менеджменту,  
Національний університет біоресурсів  
і природокористування України*

## **СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ**

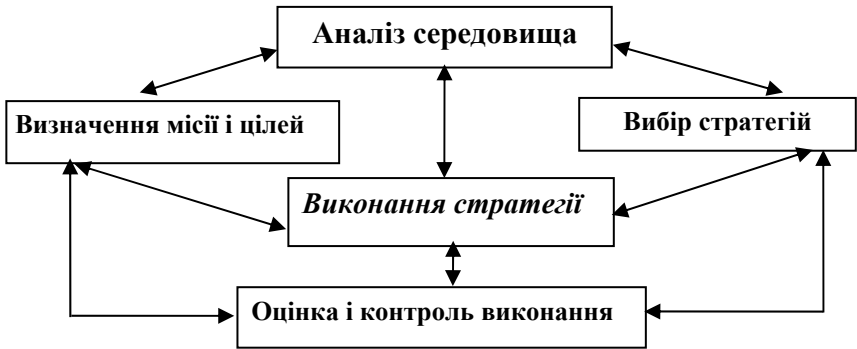
Проведення економічних реформ в аграрному секторі України, постійне впровадження інноваційних технологій у виробництво потребує нових підходів до формування стратегії управління конкурентоспроможністю підприємств. Термін «стратегічне управління» був введений у кінці 60-х на початку 70-х років для того, щоб відобразити різницю управління, здійснюваного на вищому рівні, від поточного оперативного управління. Основною умовою підвищення рівня конкурентоспроможності є правильний вибір конкурентної стратегії управління підприємства та виробництво продукції краще, ніж це роблять конкуренти.

Оцінку конкурентоспроможності підприємства проводять шляхом виявлення його конкурентних переваг, що досягається за допомогою конкурентного аналізу. Під стратегічним управлінням – можна розуміти реалізацію концепції, в якій поєднуються комплексний і системний підходи до побудови діяльності підприємства, що дозволяє встановлювати цілі розвитку підприємства, порівнювати їх з наявними можливостями підприємства та корегувати їх пріоритетність за рахунок розробки та реалізації загальної корпоративної стратегії підприємства.

Стратегічне управління можна розглядати як динамічну сукупність п'яти взаємопов'язаних управлінських процесів. Існує стійкий обернений зв'язок і, відповідно, взаємовплив кожного процесу. Це є важлива особливість системи стратегічного управління.

Схематично структуру стратегічного управління зображено на рис.1.

На практиці підприємство може одночасно реалізувати декілька стратегій. Вибір стратегії фірми здійснюється керівництвом на основі аналізу ключових факторів, які характеризують рівень показників операційної, фінансової діяльності підприємства, з урахуванням результатів аналізу портфеля напрямів діяльності, а також характеру і сутності реалізованих стратегій.



*Джерело: авторська розробка*

Рис. 1. Структура стратегічного управління на підприємстві

Наш підхід до формування стратегії ефективного управління стратегічною конкурентоспроможністю підприємств ґрунтується на принципах системного підходу, а також міждисциплінарної методології дослідження підприємств усіх форм власності. Даний підхід має такі переваги:

- створення передумов для підвищення стратегічної конкурентоспроможності підприємства через ініціацію реальних і цілеспрямованих інноваційних змін її управління;
- формування і прогнозування кількісних значень ключових індикаторів, які дозволяють здійснити моніторинг реалізації стратегії;
- проведення змін, направлених на підвищення ефективності адміністративного управління, а, отже, підвищення вірогідності успіху реалізації стратегії;
- використання досконаліших методів аналізу конкурентних переваг підприємства;
- збалансованість стратегії ефективного управління розвитком стратегічної конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, системний підхід до розробки стратегії ефективного управління стратегічною конкурентоспроможністю підприємства передбачає необхідність формування відповідної системи, як інструменту реалізації обраної стратегії. Лише система може вирішити завдання концепції ефективного управління підвищенням стратегічної конкурентоспроможності підприємства.

**Висновок** Впровадження теорії стратегічного управління вимагає принципових змін у системі планування, аналізу, обліку, звітності й ін. Перетворення, здійснені в цій сфері, мали несистемний характер; їх результатом став деякий симбіоз централізовано-планових і ринкових інструментів, що не забезпечує ефективне функціонування підприємств у нових умовах господарювання;

– відсутність дієвих методик управлінського обліку. Існуюча система обліку і звітності робить результати діяльності підприємства непрозорими і спотворює реальні значення показників. Це не дозволяє вчасно реагувати на зовнішні зміни і приймати обґрунтовані управлінські рішення;

– нестача у суб'єктів власних засобів, низька привабливість підприємств для кредиторів, низька ліквідність цінних паперів вітчизняних емітентів;

– складність використання кваліфікованих фахівців, ускладнення при залученні послуг закордонних консалтингових фірм за умов слабого рівня розвитку ринку консалтингових послуг.

УДК 631.115.1

***Збарський В. К.**, д.е.н., професор,  
професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,  
Національний університет біоресурсів  
і природокористування України*

## **МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ**

Підвищення рівня складності ринку в цілому і поведінки кожного суб'єкта зокрема, зумовлює необхідність перегляду дієвості існуючих і розробки нових, ефективніших в умовах динамічного середовища маркетингових заходів і програм у межах маркетингової концепції організації. В широкому розумінні маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємства представляється як процес використання інструментів маркетингу, способів їх поєднання та діючої маркетингової концепції з метою посилення конкурентних позицій підприємства.