

Попит на сільськогосподарську продукцію постійно зростає, кількість населення – також. Останніми роками ми були спостерігачами довгого процесу руйнування сільського господарства нашої країни, що призвело до серйозних диспропорцій в економіці й виробничому процесі всієї країни. Тому нагальною є потреба реформування та вдосконалення сільського господарства України.

Сьогодні вітчизняне сільське господарство переживає важкі часи, оскільки не має чіткої законодавчої та нормативної бази його функціонування, нераціонально використовуються природний та ресурсний потенціал, не вирішуються соціальні проблеми села.

Серед основних проблем, які торкнулися вітчизняного сільського господарства можна виокремити такі: застаріла техніко-технологічна база; низький рівень іноземного та вітчизняного інвестування; інвестування в основному здійснюється в рослинництво, яке дає швидку віддачу, а тваринництво та інші види сільськогосподарської діяльності (садівництво, виноградарство) залишаються поза увагою, оскільки інвестування в ці види діяльності пов'язано з більш високими ризиками та мають більший строк окупності; «старіння» сільськогосподарських кадрів та недостатня підтримка від держави галузей сільського господарства; виснаження чорноземів, які втрачають свою продуктивність через недотримання правил обробки землі.

Для вирішення окреслених проблем необхідно: здійснити техніко-технологічну модернізацію агропромислового виробництва шляхом залучення інвестицій з інших галузей національної економіки та прямих іноземних інвестицій; удосконалити форми, напрямки, розміри і важелі державної підтримки відтворення матеріально-технічної бази сільського господарства; збільшити заробітну плату у сільськогосподарському секторі економіки та збільшити державну підтримку за рахунок відшкодування податку на додану вартість та бюджетних дотацій; пропагувати розуміння особливої ролі сільського господарства, необхідності забезпечення пріоритетності його розвитку, насамперед як соціально значимої галузі; впровадження кластерів, яке дозволить досягти збалансованого економічного, соціального та екологічного розвитку територій; організувати підтримку ґрунтів добривами та іншими корисними елементами; збільшити вміст гумусу, тому що спостерігається тенденція його зменшення з кожним роком.

Отже, необхідно вибрати найкращі рішення і здійснювати їх поетапно. Для поживлення сільського господарства мають бути включені не тільки успіхи, але й уроки, витягнуті з попереднього досвіду, потрібні певні заохочення і зміцнення позитивної участі громадянського суспільства, фермерів, сільськогосподарських організації і навіть приватного сектора для розвитку сільського господарства. Заходи і реформи повинні ґрунтуватися на необхідності забезпечення прозорості, підзвітності, ефективності у виконанні обов'язків у сільськогосподарській галузі.

Література

1. Крисанов Д. Кластеризація економічної діяльності та обслуговування як інструмент сталого розвитку сільських територій / Д. Крисанов, Л. Удова // *Економіка України*. – 2009. – № 10. – С. 69-75.

2. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minag-ro.gov.ua/apk>.

3. Петрига О. РПС і Регіональна економіка [Текст]: навч.-метод. посіб. / О.М. Петрига – К.: ДП «Вид. дім «Персонал»», 2009. – 302 с.

Кушина Оксана

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій Крисоватий І.А.)

ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових (адекватних умовам конкуренції) інструментів управління підприємством і шляхів підвищення конкурентоспроможності. Зниження накладних витрат, скорочення персоналу, збільшення виробництва і об'єднання операцій не могли зупинити падіння прибутку. Критеріями оцінки виробничої діяльності стали вже не тільки традиційні показники співвідношення доходів і витрат, але й організаційної і управлінської ефективності (товарообіг, прибуток на вкладений капітал тощо).[1]

Для оцінки конкурентної позиції фірми використовуються бальні

оцінки по ключових факторам успіху. При цьому проводиться зважування оцінок таких факторів для фірми і її суперників. На думку М. Портера, при виборі конкурентної стратегії для тієї чи іншої галузі слід провести попередній аналіз по двом аспектам:

- привабливість галузі з точки зору рентабельності і можливостей розвитку, які визначаються інтенсивністю конкуренції;
- конкурентна позиція даного підприємства в галузі [2].

При цьому слід враховувати, що обидва аспекти потрібно розглядати у взаємозв'язку, розглянуті ж окремо вони не можуть служити достатньою підставою для вибору конкурентної стратегії. Також обидва аспекти повинні розглядатися в динаміці, оскільки з часом привабливість галузі може зростати або знижуватися, а сприятливу позицію в конкуренції потрібно не тільки завоювати, але й утримати. На обидва аспекти підприємство може впливати своєю діяльністю. Таким чином, конкурентна стратегія не є тільки лише реакцією на умови зовнішнього середовища, але і спробою змінити це середовище на свою користь.

Недоліком концепції Портера є те, що обидва чинники представлені як контрольовані і до уваги не беруться сили, що діють «за рамками» галузі, але які можуть чинити на неї істотний вплив. Класичним підходом до аналізу галузі є розроблена Портером концепція п'яти сил конкуренції:

- суперництво між наявними конкурентами (the intensity of intra-firm rivalry);
- вплив покупців, або їх здатність торгуватися (the bargaining power of buyers);
- вплив постачальників, або їх здатність торгуватися (the bargaining power of suppliers);
- загроза з боку нових конкурентів (the threat of new entrants);
- загроза з боку товарів-субститутів (the threat of substitute products or services) [2].

Аналіз конкурентних позицій підприємства необхідно проводити для: розробки заходів по покращенню конкурентоспроможності; вибору підприємством партнера для організації спільного випуску продукції; залучення коштів інвестора в перспективне виробництво; складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту. На цьому етапі надають характеристику стилю конкурентної активності провідних конкурентів. Якщо конкурентів багато і дослідити кожного окремо

неможливо, можна скористатися аналізом стратегічних груп.

Стратегічна група – це сукупність фірм з однаковим стилем конкурентної активності і з однаковими позиціями на ринку (може бути одна стратегічна група, якщо всі застосовують одну стратегію, або стільки, скільки конкурентів, якщо у кожного стратегії різні

Аналіз стратегічних груп допомагає поглибити розуміння сутності конкурентної боротьби. Рушійні і конкурентні сили можуть по-різному впливати на різні групи. Бажано проаналізувати, чи пов'язані розходження в прибутковості фірм зі стратегічною позицією групи. [4]

Економічний досвід накопичив велику кількість методів оцінки конкурентних позицій. Проте кожний з цих методів має певні свої недоліки, тому для більш ефективного визначення конкурентної позиції необхідно використовувати декілька методів. Аналіз конкурентної позиції розділяє майбутні можливості й ефективні стратегії стратегічної галузі бізнесу та історично сформовану стратегію організації. Таким чином, керівництво організації отримує можливість неупереджено оцінити її перспективи.

Література

1. Балабанова Л.В. *Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія* / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ ім. М.Туган-Барановського, 2006. – 294 с.
2. Папенкова К.Э. *Конкурентная позиция и ее роль при определении положения организации на рынке* / К.Э. ПАПЕНКОВА // *Актуальные вопросы экономики и управления: Сборник материалов международной научно-практической конференции. (20-25 декабря 2008 года)*. - Днепропетровск: ДИТУД, 2008. - 178 с.
3. Азоев А.Г. *Конкуренция: анализ, стратегия и практика* / А.Г. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.