

Іноземних інвесторів приваблює економічне зростання та нові реформи країни, які прийшли зі зміною уряду. Також особливу увагу звертають на ті галузі економіки у яких є великий експорт, але є й негативні сторони, це дуже низький рівень прозорості, особливо у приватному секторі, що погіршує розуміння інвестора про прибутки від інвестиції, також недостатня інвестицій в об'єкти інфраструктури (порти, дороги, магістралі), зменшення приватизації компаній на ринку.

Щодо участі українських компаній у збільшенні ринку M&A, кількість угод буде залежати від спроможності компаній залучати власні інвестиції та проявляти стійкість на ринку, особливо необхідно врахувати чіткий план дій та основні способи об'єднання, прогнозування стану компанії надалі.

Література.

1. Про акціонерні товариства: чинне законодавство зі змін. і доп., прийн. Верховною Радою України від 17.09.2008 р. № 514-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17>

2. Огляд M&A угод в Україні у 2018 році : аналітичний звіт КРМГ в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/sadovnychy/ma-2018-kpmg>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Карпиевич В. Э., студент

*Научный руководитель: Исаченко Е. М., ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

В условиях современной экономической нестабильности проблема использования стратегического подхода в управлении аграрным предприятием приобретает особую значимость и актуальность. Усиление конкуренции на мировом рынке, в том числе, и рынке сельскохозяйственной продукции, требует от предприятий агропромышленного комплекса повышенного внимания к обеспечению своей конкурентоспособности.

Таким образом, эффективность решения всех указанных проблем и трудностей в аграрной сфере, зависит от того, насколько грамотно и

економічно обґрунтовано сільськогосподарські підприємства розроблять або виберуть свої конкурентні стратегії. Саме вони можуть дозволити сільськогосподарському виробнику підвищити ефективність своєї господарсько-економічної та маркетингової діяльності, забезпечити високу конкурентоспроможність, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Для розгляду впливу конкурентних стратегій на розвиток підприємств агропромислового комплексу в першу чергу необхідно визначити основну задачу, що стоїть перед даною галуззю економіки та виявити ключові проблеми цієї сфери. Як основною задачею білоруського АПК, як, мабуть, і більшості інших країн, можна назвати повноцінне забезпечення продовольчої безпеки держави та перетворення аграрного комплексу в високодоходну галузь національної економіки.

Можливо виділити наступні основні негативні моменти в сфері аграрного виробництва: це дуже низький рівень закупочних цін на продукцію сільськогосподарських товаропроизводителей; слабо організована закупочна діяльність продукції аграрних підприємств; висока частка імпортованої сільськогосподарської продукції на внутрішньому ринку. До основних факторів, що формують ці проблеми, належать:

– відсутність стратегічного підходу в управлінні сільськогосподарськими підприємствами та недостатній обсяг використання елементів стратегічного маркетингу;

– існуючий великий диспаритет цін між продукцією сільськогосподарських підприємств та продукцією промислових підприємств;

– недостатня маркетингова та інвестиційна активність на ринку аграрної продукції;

– застаріла матеріально-технічна база деяких сільськогосподарських підприємств.

В умовах жорсткої конкурентної середовища кожному підприємству АПК необхідно розробити чітку конкурентну стратегію з урахуванням конкурентоспроможності випущеної їм продукції, шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності підприємства, наявності конкурентних переваг та аналізу діяльності своїх конкурентів.

В целях обоснования выбранной конкурентной стратегии, сельскохозяйственному предприятию необходимо провести оценку своей конкурентоспособности в сравнении с другими участниками данного аграрного рынка по следующим основным направлениям: анализ ресурсного потенциала предприятия; эффективность использования ресурсов; оценка финансового состояния предприятия. После изучения рыночной конъюнктуры, предприятию необходимо приступить непосредственно к выбору конкретного вида конкурентной стратегии. Можно отметить следующие основные типы конкурентных стратегий, которые могут быть использованы в своей экономической деятельности сельскохозяйственными предприятиями:

- стратегия достижения лидерства на рынке за счёт низких издержек;
- стратегия диверсификации производства;
- стратегия дифференциации на локальном рынке;
- стратегия обслуживания малых сегментов рынка;
- стратегия интеграции и кооперации.

Здесь следует выделить два ключевых момента, которые предприятия агропромышленного комплекса должны обязательно учитывать в процессе разработки своей конкурентной стратегии:

1. Выбор и разработка конкурентной стратегии обязательно должна начинаться с изучения уровня и динамики платёжеспособного спроса, ёмкости и структуры рынка сельскохозяйственной продукции.

2. Разработка конкурентной стратегии сельскохозяйственного предприятия, в целях обеспечения её эффективности, должна осуществляться с учётом параметров всей конкурентной стратегии АПК республики.

Следует отметить, что использование для производства конкурентных стратегий осуществляется на основе маркетингового исследования конкурентной среды в аграрной отрасли или аграрном рынке, а также экономическими возможностями непосредственно предприятия АПК. При этом маркетинговое исследование конкурентной среды аграрного предприятия должно включать в себя проведение следующих действий:

- составление списка предприятий, действующих на конкретном аграрном рынке;
- определение ёмкости аграрного рынка, степени его насыщенности, определение рыночной доли конкретного сельскохозяйственного предприятия;

- изучение барьеров для входа на данный аграрный рынок;
- установление уровня открытости аграрного рынка для участия межрегиональной и международной торговли.

На основе анализа литературных источников [1], можно отметить, что конкурентоспособность продукции АПК может быть достигнута только при условии соблюдения комплекса следующих факторов производства:

- базовых факторов (земля, труд, капитал);
- организационно-экономических факторов (интенсификация, концентрация и специализация);
- маркетинговых факторов (сбытовые каналы, качество продукции, равномерность реализации во времени);
- финансовых факторов (собственные средства, кредитные ресурсы, лизинг).

Таким образом, можно определить следующие условия, которым необходимо следовать при выборе конкурентной стратегии, если предприятие АПК стремится стать высококонкурентоспособным:

- выбор предприятием своих конкурентных стратегий должен предполагать в своей сути обеспечение продовольственной безопасности, как региона, так и страны в целом;
- необходим тщательный и всесторонний подход при выборе конкурентной стратегии, особенно для предприятий АПК, ориентированных в первую очередь на экспорт своей продукции;
- предприятиям АПК следует уделять большее внимание стимулированию производства важнейших продуктов питания.

В современных условиях для любого предприятия становится актуальной проблема повышения своей конкурентоспособности, что предполагает использование конкурентных стратегий как элемента стратегического маркетинга. Их использование позволит предприятию занять более устойчивое рыночное положение.

Литература.

1. Боровских, Н. Конкурентные стратегии: методология формирования и развития / Н. Боровских // Маркетинг. – 2005. – № 2. – С. 37-48.
2. Мазлоев В. З. Конкурентные стратегии аграрных организаций / В. З. Мазлоев, А. Н. Семин, Н. В. Боровских – М.: Колос, 2009. – 465 с.