

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА: РЕСУРСНИЙ АСПЕКТ

Аспірант Майданик І.С.
Наук. керівник доц. Скорук О.П.
Вінницький національний аграрний університет

В сучасному мінливому середовищі управління ресурсним потенціалом сільськогосподарського підприємства здійснюється з урахуванням специфіки аграрної галузі (сезонність виробництва, висока кредитомісткість та ризикованість, низька інвестиційна привабливість тощо). Досягнення високої конкурентоспроможності серед підприємств аграрного сектору значною мірою визначається управлінням власним ресурсним потенціалом (виробничою, земельною, фінансовою, трудовою, інформаційною, інноваційно-інвестиційною, маркетинговою його складовими).

Основними проблемами у сфері управління конкурентоспроможністю підприємства за рахунок використання ресурсних переваг є брак знань про стан ринку, високі затрати зусиль і ресурсів для ринкової орієнтації, пошуку платоспроможних покупців і постачальників товарів, поява на ринку якісної конкурентної продукції [1, С.103]. Проте, затрати ресурсів (трудових, інформаційних та фінансових) цілком оправдані, адже пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності за рахунок ресурсного потенціалу створить сприятливі умови для випереджаючого розвитку організації у порівнянні з конкурентами.

Зазвичай при проведенні оцінки конкурентоспроможності досліджуване підприємство порівнюють з його основними конкурентами, лідерами та з середніми показниками по галузі [2, С. 166]. Порівнюючи в основному їх виробничу, фінансову та збутову діяльність, визначають стан та резерви оптимізації використання ресурсного потенціалу та формування стратегічних ресурсних переваг для підвищення конкурентоспроможності організації.

Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства за рахунок використання ресурсного потенціалу є:

- проведення аналізу внутрішнього середовища для виявлення стратегічних конкурентних переваг та пошук шляхів їх активного використання, укріплення та розвитку;
- пошук здібностей та можливостей, використання яких у процесі управління ресурсним потенціалом сприятиме досягненню мети та цілей підприємства за рахунок підвищення якості продукції та відповідного зростання її конкурентоспроможності;
- розвиток маркетингового потенціалу підприємства з урахуванням фаз життєвого циклу продукції: потенціалу фази науково-дослідної діяльності, маркетингового виробничого потенціалу, збутового та споживчого маркетингового потенціалів [3, С. 62];
- покращення потенціалу трудових ресурсів за рахунок навчання та підвищення кваліфікації, здобуття нових навичок вирішення маркетингових задач тощо.

Отже, оцінка стану підприємства, його конкурентного середовища з урахуванням ресурсного аспекту дозволяє виявити шляхи підвищення конкурентоспроможності за рахунок формування та використання стратегічних ресурсних переваг.

Література

1. Андрушків Б.М. Аналітичні аспекти маркетингового потенціалу в теорії конкурентоспроможності підприємства /Б.М. Андрушків // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – № 4. – 2011. – С. 102-107.
2. Карачина Н.П. Конкурентний потенціал та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства / Н.П. Карачина, Л.І. Перцата // Економічний простір. – № 86. – 2014. – С. 164-172.
3. Рожко Н. Формування маркетингового потенціалу підприємства в умовах сучасного ринку / Н. Рожко, О. Бурліцька // Галицький економічний вісник. – 2010. – №2(27). – С.60-63.