

ВИЗНАЧАЛЬНІ КОМПОНЕНТИ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

С. А. Надвиничний, канд. екон. наук, доцент

Тернопільський національний економічний університет, Україна

В умовах світової глобалізації розвиток аграрної сфери регіону є пріоритетним завданням національної економіки. Це неможливо здійснити без певної структури і відповідного впорядкування дій, зокрема, без формування економічної стратегії, яка формулює правила і прийоми досягнення стратегічних цілей.

Необхідність і доцільність формування стратегії розвитку аграрної сфери і її окремих складових вивчали багато учених, зокрема, розробці даної проблематики присвячені дослідження зарубіжних – І. Ансоффа, Р. Мінцберга, М. Портера, Дж. Стрікланда, А.Томпсона, російських – Л. І. Абалкіна, А.П. Градова, В.С. Єфремова, Р.А. Фатхутдінова і українських – В.Г. Андрійчука, Г.В. Балабанова, В.М. Гейца, П.Т. Саблука і ін. Проте, залишається достатньо багато питань, пов'язаних з визначенням суті, функцій, завдань і регіональних особливостей формування стратегії розвитку аграрного сектора, що вимагають глибшого дослідження.

У науковій літературі поняття стратегії в основному розглядається з погляду окремого господарюючого суб'єкта і при цьому недостатньо вивченою залишається трактування даного поняття щодо окремого регіону. Оскільки поняття «стратегія» багатаспектне, то думки різних авторів щодо процесу її розробки і реалізації неоднозначні. Основним завданням стратегії є формування здатності адаптуватися до змін навколишнього середовища і умов господарювання. Тому сьогодні зовнішні умови стали своєрідним каталізатором змін в її формуванні. Так, І. Ансоф розглядає стратегію як «систему, яка складається з аналізу і вибору стратегічної позиції і оперативного управління в реальному масштабі і часі» [1, с. 46].

На думку А.А.Томпсона і А.Дж. Стрікланда стратегією є управлінський план, направлений на зміцнення позицій підприємства на ринку, задоволення потреб клієнтів і досягнення конкретних результатів діяльності. Вони вважають, що це динамічний процес, в якому немає нічого остаточного, всі раніше виконані дії є об'єктами внесення виправлень у тих випадках, коли змінюються умови навколишнього середовища або виникають нові ідеї [2]. Така стратегія складається з певних складових, які розглянемо нижче.

У процесі економічного розвитку аграрної сфери регіону з метою збалансованого зростання та вирішення економічних і соціальних проблем села й усунення галузевих диспропорцій необхідно тісну міжгалузеву взаємодію

втілити в життя за допомогою стратегії взаємодії з іншими галузями. Такий перехід до міжгалузевих зв'язків приведе до тіснішої взаємодії сільського господарства з переробними галузями, які входять в інфраструктуру аграрної сфери конкретного регіону.

У цьому процесі важливу роль грає цінова стратегія, яка в умовах глобалізації повинна базуватися на довгострокових прогнозах розвитку галузей аграрної сфери, можливості використання і зміни рівня цін на сільськогосподарську продукцію відповідно до поставленої мети, пріоритетом якої є «розробка такої системи цін, при якій підприємство отримує максимальні прибутки при мінімальних витратах з урахуванням чинного законодавства і ринкового середовища» [3].

Для ефективного просування продукту необхідно сформувати товарну стратегію, яка є головним чинником забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств, якості продукції, її збуту і реклами.

Враховуючи специфічні особливості аграрного виробництва, виділяють дві групи функціональних маркетингових стратегій, залежно від підгалузі, готовності продукції до кінцевого споживання і типу ринку [4]. До першої відносять стратегії, які застосовують до продукції, призначеної до кінцевого споживання: овочева консервація, фасовані молочні продукти. До другої ж – стратегії відносно виключно сільськогосподарській продукції, яка не вимагає швидкої переробки.

Стратегія зниження виробничих витрат є комплексною програмою економічного розвитку аграрної сфери регіону, яка направлена на вирішення проблем забезпечення конкурентних переваг за рахунок зниження витрат на основі аналізу всіх чинників виробництва і витрат від початку виробництва до реалізації продукції.

При виборі джерел залучення та витрат фінансових коштів формується фінансово-інвестиційна стратегія. Її основними етапами є оцінка сильних і слабких сторін інвестиційної діяльності, формування стратегічних цілей інвестування, розробка ефективних шляхів реалізації поставлених цілей, облік можливих альтернативних сценаріїв і напрямів інвестиційної діяльності, встановлення термінів її реалізації і представлених програм розвитку галузі в регіоні.

Формування інноваційної стратегії сприяє залученню інвестицій і забезпечує реалізацію поставлених цілей, наявного потенціалу і можливостей.

Базою для формування маркетингової стратегії збуту продукції є формування системи заходів, яка б забезпечувала переміщення та розподіл товарної маси в ринковому середовищі, доставку продукції до споживачів. При цьому слід враховувати залежність результатів від природних умов, специфіки аграрних ринків, рівня конкуренції і збутової політики конкурентів, їх чисельності, сезонності виробництва, попиту та прибутку, динаміку цін протягом року тощо.

Основним завданням регіональної політики держави є ухвалення рішень щодо стратегічних напрямів розвитку галузей регіону, зіставлення ресурсного потенціалу розвитку окремих територій. Згодом формується стратегія

ефективного використання ресурсного потенціалу регіону, яка покликана реалізувати поставлені цілі і вирішити завдання, а також впливає на ємкість ресурсного потенціалу і формує інтенсивний сценарій його розвитку.

Складовими ресурсного потенціалу є виробничий потенціал, природно-ресурсний потенціал, людський потенціал, фінансовий потенціал, а сьогодні ще можна додати інформаційну та інституційну компоненти. Повну характеристику ресурсного потенціалу регіону дає рівень розвитку інфраструктури. Н. І. Шніпер зазначає, що «...успішне виконання регіоном функцій, що впливають з його спеціалізації, прямо залежить від того, якою мірою досягнуті правильні співвідношення між галузями спеціалізації та допоміжними інфраструктурними виробництвами» [5, с. 70].

Проте головною умовою ефективного господарювання та менеджменту в сільськогосподарських підприємствах є адаптація структури виробництва до системи зовнішніх і внутрішніх чинників, тобто формування виробничої стратегії підприємства. Рациональне поєднання галузей аграрного виробництва дає можливість збільшити не лише обсяги, але і вартість товарної продукції.

В умовах глобалізації світової економіки формування ефективно організаціїно-виробничої структури вимагає науково обґрунтованого підходу, адже система менеджменту, планування та прогнозування на підприємстві має змодельовати параметри внутрішнього середовища, асортимент продукції, ціни на неї, мережу збуту та постачання, а також стратегію економічного розвитку, досягнення поставлених цілей і максимальну реалізацію наявного потенціалу.

Оскільки складові ринкового середовища зазнають впливу великої кількості різноманітних чинників, то вони є достатньо нестабільними, що спричинює коливання цін як на засоби виробництва, так і на предмети споживання. Формуючи стратегію економічного розвитку сільськогосподарського підприємства постає проблема вибору виробничого спрямування, адже необхідно спрогнозувати ринкову кон'юнктуру та постійну адаптацію і коректування виробничої програми до можливих змін. Такий процес зумовлений тим, що ціни на продукцію аграрної сфери та сільськогосподарську техніку помітно впливають на розмір доходів аграрних виробників.

У ринковому середовищі аграрне підприємство має зв'язки із різними суб'єктами: споживачами, постачальниками, підрядниками, працівниками та службовцями, технологічним середовищем, де здійснює свою виробничу діяльність. Усі ці суб'єкти мають тенденцію до трансформації та можуть створювати як додаткові можливості, так і загрозливі обмеження. Тому для успішного функціонування відносно інших середовищ таке підприємство має адаптуватися до інновацій, використання яких дасть конкурентні переваги на регіональному та, можливо, зовнішньому ринках. Головною метою використання інноваційних розробок є удосконалення технологічного процесу та підтримання високого рівня попиту на сільськогосподарську продукцію. Адже такі зміни сильно впливають на функціонування такої системи, зокрема, може змінюватися кількісний і якісний склад підприємства.

Отже, формування стратегії розвитку окремого підприємства і аграрної сфери регіону в цілому є складним поетапним процесом, який необхідно починати з визначення місії суб'єкта, короткого опису господарської одиниці, її основних цілей і призначення, сфери діяльності, норм поведінки та ролі у вирішенні соціальних завдань регіону з урахуванням всіх складових.

Список використаних джерел: 1. Ансоф І. Стратегическое управление. – М.: Экономика. 1989. – С. 46. 2. Кретон И.И. Маркетинг предприятия: прак. пособ. / И.И. Кретон. – М.: АО "Тинстатинформ", 1994. – 324 с. 3. Коринев В.Л. Маркетингова ценовая политика/Коринев В. Л. – К: ЦУЛ, 2007. – 200 с. 4. Ларіна Я. С. Формування та механізми реалізації маркетингових стратегій в агропродовольчому підкомплексі АПК / Я. С. Ларіна. – К.: Преса України, 2008. – 336 с. 5. Шнипер Р. И. Регион: экономические методы управления. – Новосибирск: Наука, 1991. – С. 70.