

Галунець Н.І.
*Асистент кафедри публічного управління
та адміністрування і міжнародної економіки,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв, Україна,
galunetsni@gmail.com.*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ СВІТОВОГО ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

Розглянуто набір конкурентних переваг аграрних підприємств, що характеризуються первинним і вторинним походженням. Виділено основні етапи застосування алгоритму формування процесу адаптації аграрних підприємств до умов світового продовольчого ринку.

Ключові слова: адаптація, стратегія адаптації, аграрне підприємство, світовий продовольчий ринок

Сьогодні ефективно сформована стратегія адаптації аграрних підприємства є необхідною умовою для підтримки їх конкурентоспроможності, способом виживання в мінливому середовищі світового продовольчого ринку та формою досягнення поставленої стратегічної мети. Формування стратегії адаптації аграрних підприємств, на нашу думку слід, пов'язувати зі стратегічним управлінням, яке являє собою процес розробки, прийняття і реалізації стратегічної моделі, центральною ланкою якої виступає стратегічний вибір, заснований на зіставленні власного внутрішнього потенціалу підприємства з можливостями і загрозами зовнішнього оточення.

Процес формування стратегії адаптації аграрних підприємств до умов світового продовольчого ринку, найбільшою мірою повинен відповідати особливостям підприємства і тенденціям розвитку ринкової ситуації, включаючи ряд процедур: оцінку переваг стратегії і її ризиків; аналіз відповідності ринкових умов, необхідних для реалізації стратегії; оцінка реальної ситуації на світовому продовольчому ринку; аналіз відповідності особливостей організації аграрного виробництва та управління пропонованим вимогам [1, С.17-18]. Зокрема, головний критерій вибору стратегії - адаптація можливостей аграрного підприємства до конкретних умов ринку. І в цьому сенсі базові стратегії адаптації є принциповою загальноекономічною основою формування конкурентних переваг аграрних підприємств на світовому

продовольчому ринку. Варто зазначити, що головною метою управління є посилення основного набору конкурентних переваг підприємств, що характеризується первинним і вторинним походженням. До первинних переваг аграрних підприємств належать природний потенціал, географічне розташування, а до вторинних – кваліфікація, навички працівників, техніко-технологічне забезпечення, рівень інформатизації виробничих процесів, енергетична ресурсомісткість виробничого процесу, інфраструктурне забезпечення, організаційна форма управління, ефективність використання маркетингового та виробничого інструментарію [2]. Зважаючи на специфіку аграрної сфери, аграрні підприємства мають неоднаковий стратегічний потенціал, реалізують різні стратегії й можуть функціонувати в середовищі певної міри складності.

Дослідивши економічну літератури нами встановлено, що процес формування стратегії адаптації аграрних підприємств до умов світового продовольчого ринку складається з наступних етапів [3]:

Перший етап передбачає визначення місії - під місією розуміють соціальне / суспільне призначення аграрних підприємств, тобто їх роль в системі економічних і соціальних відносин в суспільстві.

Другий етап - формулювання цілей (збалансована система цілей). Вимоги до стратегічних цілей: повинні бути простими і конкретними, реалістичними з точки зору зусиль і необхідних ресурсів, з чітко визначеними часовими і кількісними межами. При цьому слід зазначити, що з плином часу мети необхідно переглядати з урахуванням мінливих умов зовнішнього і внутрішнього середовища аграрних підприємств.

На третьому етапі проводиться стратегічний аналіз, який передбачає вивчення стратегічної позиції аграрних підприємств з позицій зовнішнього і внутрішнього середовища, визначення стратегічних альтернатив.

Під час здійснення четвертого етапу відбувається стратегічний вибір. Вибір певного варіанту стратегії, заснований на зіставленні власного внутрішнього потенціалу аграрних підприємств з можливостями і загрозами зовнішнього оточення.

На п'ятому етапі відбувається впровадження (реалізація) стратегії. Вся сукупність методів і механізмів управлінської діяльності, пов'язаних з перетворенням обраної стратегії в життя, контролем її виконання і досягненням намічених цілей.

Після розробки стратегій формується портфель адаптації за результатами цієї роботи складається бізнес-план адаптації. Сукупність типів, видів, напрямів, системних об'єктів, які обираються, впливає на формування портфеля адаптації, який, по суті, являє собою план впровадження обґрунтованого переліку конкретних адаптаційних заходів.

Таким чином, можна стверджувати, що формування стратегії адаптації аграрних підприємств до умов світового продовольчого ринку зводиться до конкретизації комплексу заходів, які необхідно реалізовувати для досягнення їх стратегічних і тактичних цілей. Зокрема, здійснюючи процес формування стратегії адаптації аграрних підприємств, необхідно врахувати вплив зовнішнього середовища та оцінити внутрішні ресурси, якими володіють аграрні підприємства та базові характеристики їх стратегії адаптації.

Список використаних джерел:

1. Особливості стратегічного управління розвитком аграрних підприємств / Н. Сіренко, І. Барішевська // *Економіст*. - 2012. - № 2. - С. 17-18. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_2_4.
2. Maystro S. Fields of state support for the agricultural sector and its impact on competitiveness on the world market / S. Maystro [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/galuz/05msvpsr>.
3. Городилов С.В. Проблемы и подходы к методическому обеспечению процесса формулирования стратегии на предприятии / Городилов С.В., Воробьев А.Д. // *Менеджмент в России и за рубежом*. – 2009. - №5. - С.20-28.

N. Galunets. Formation of strategy of adaptation of agricultural enterprises to conditions of the world food market.

Summary

A set of competitive advantages of agrarian enterprises characterized by primary and secondary origin is considered. The main stages of application of the algorithm of forming the process of adaptation of agrarian enterprises to the conditions of the world food market are highlighted.

Key words: adaptation, adaptation strategy, agrarian enterprise, world food market.