

УДК 139.137.2:631.15

*В.П. РЯБОКОНЬ, доктор економічних наук, професор,
член-кореспондент НААН, головний науковий співробітник
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
О.О. КУЗУБОВ, кандидат економічних наук*

Управління конкурентоспроможністю агропромислових підприємств

Постановка проблеми. Сільське господарство України – одна з важливіших галузей економіки. Ефективне сільськогосподарське виробництво є вирішальною умовою забезпечення відтворювального розвитку аграрного сектору, виробництва конкурентоспроможної продукції для виходу на зовнішні ринки, гарантування продовольчої безпеки держави й забезпечення населення продуктами харчування. За умов світового росту цін на продукти харчування та збільшення чисельності населення планети підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є одним з головних завдань агропромислового виробництва.

Першочергове значення для забезпечення ефективності й конкурентоспроможності аграрних підприємств має формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю, який являє собою специфічну багатофункціональну і багатокомпонентну систему, що складається з комплексу взаємозв'язаних програмно-цільових блоків, які відображають необхідні дії, конкретні організаційні, економічні, механічні, технологічні та адміністративно-правові заходи в їх взаємозалежності, реалізація яких сприяє результативному здійсненню управлінських рішень у даній сфері господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі значна увага приділена проблемам управління конкурентоспроможністю агропромислових підприємств.

Зокрема, ця тематика знайшла своє відображення в працях В.Г. Андрійчука [1], Л.В. Балабанової [2], А.Є. Воронкової [3], В.М. Гончарова [4], В.В. Деркачової [6], С.М. Клименка, Ю.О. Лупенка [12], М.Й. Маліка [7], Л. Малюги [8], С.І. Мельника [9], В.Я. Месель-Веселяка [12], Л.М. Нехланової [10], П.Т. Саблука [11], В.Г. Ткаченко [13] та інших.

Мета статті – обґрунтувати теоретико-методологічні засади, методичні й практичні рекомендації щодо формування та функціонування управління конкурентоспроможністю агропромислових підприємств.

Виклад основних результатів дослідження. Сучасний стан виробничо-економічних стосунків підприємств в Україні характеризується великою кількістю протиріч. Складні процеси реформування аграрного сектору економіки й розвиток ринкових умов господарювання вимагають від підприємств нових підходів до організації виробничо-господарської діяльності, принципів і методів управління конкурентоспроможністю. В ринковій економіці різко змінилися відносини підприємств АПК із державою, фінансовою системою, постачальниками, споживачами та конкурентами, а також виникла необхідність самостійно розв'язувати проблеми, що стоять перед ними, і визначати цілі свого розвитку. Проте директивний стиль управління залишив у спадок у ряді випадків нездатність правильно аналізувати ринкову ситуацію, виявляти нові тенденції розвитку ринку й точно їх прогнозувати. Ця обставина визначала на

© В.П. Рябоконт, О.О. Кузубов, 2015

початку аграрної реформи та продовжує визначати нині помилковість певної частини управлінських рішень у підприємствах АПК і, як наслідок, тривалість кризових явищ.

Економічна свобода агропромислових підприємств у сучасних ринкових умовах характеризується, як правило, підвищеним господарським ризиком, який визначається нестабільністю попиту, цін, поведінки конкурентів, мінливістю ринкової кон'юнктури, впливом випадкових чинників неекономічної природи на ефективність ухвалення управлінських рішень.

Однією з інтегральних характеристик, які використовуються для аналізу становища підприємства на ринку, є конкурентоспроможність. Щоб підприємство було конкурентоспроможним, необхідно вміти визначати й ефективно використовувати в конкурентній боротьбі його конкурентні переваги. При цьому зусилля повинні бути спрямовані на розвиток тих якостей підприємств, які відрізняють його від потенційних конкурентів. Висока конкурентоспроможність підприємства є гарантом одержання прибутку.

Конкурентоспроможність агропромислових підприємств – це не тільки можливість ефективного використання потенціалу, а також їхня здатність своєчасно реагувати на зміни запитів і потреб споживачів; уміння своєчасно розробляти необхідні заходи у відповідь на нововведення конкурентів, нейтралізувати несприятливі дії зовнішнього середовища. З погляду системного підходу конкурентоспроможність може бути представлена у вигляді здатності підприємств змінювати свою траєкторію розвитку з метою збереження чи посилення вже набутих або створення нових конкурентних переваг.

Як відомо, конкурентоспроможність підприємства є складною економічною категорією та характеризується адаптивністю його до змін довкілля, конкурентними перевагами у рамках комплексу маркетингу, а також результатами економічної діяльності (відносно конкурентів). Тобто, до конкурентоспроможності підприємства треба підходити як до багатовимірної концепції, і для її виміру необхідно використовувати спеціальні змінні адаптивності, конкурентних переваг та результатів економічної діяльності.

Конкурентоспроможність, з одного боку, забезпечується конкурентними перевагами й конкурентним потенціалом підприємства, а з іншого – вимагає розроблення та реалізації ефективної конкурентної стратегії, що включає в себе ретельно розроблену програму заходів, які мають бути реалізовані підприємством з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку й адаптації до впливу зовнішнього середовища. Конкурентна (ринкова) позиція в свою чергу сприяє завоюванню найбільшого конкурентного статусу на ринку в процесі конкурентного суперництва. Для успішного досягнення обраної конкурентної позиції потрібно використовувати всі можливі інструменти, якими володіє підприємство.

У сучасних умовах актуальним є дослідження конкурентоспроможності з позицій загальної теорії управління, тобто розгляду даної категорії як керуючого об'єкта, що впливає на внутрішній стан підприємства, що дасть змогу перетворити її із залежного об'єкта в керуючий. А це, в свою чергу, забезпечить основу для створення методів та інструментів для оперативної адаптації підприємства до ринкової кон'юнктури. Статус конкурентоспроможності як керуючого об'єкта підтверджується тим, що він повинен охопити показники, які відображають вплив як зовнішніх, так і внутрішніх факторів.

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це цілеспрямований процес, який ґрунтується на принципах комплексності й системності, спрямований на забезпечення постійного оновлення та розвитку конкурентних переваг підприємства, враховує вплив зовнішніх умов і необхідність оптимізації прибутку.

Під управлінням конкурентоспроможністю слід розуміти постійний, планомірний, цілеспрямований процес впливу на всіх ієрархічних рівнях на фактори та умови, що забезпечують виробництво високоякісної й конкурентоспроможної продукції. Тобто, це коригувальний процес формування виробництва і споживання продукції з метою виведення на ринок конкурентоспроможного товару та зниження впливу суб'єктивних факторів.

Управління конкурентоспроможністю необхідно розглядати як органічну частину загального управління виробництвом, та як сучасна концепція воно знаходиться на етапі свого становлення, що передбачає трансформацію форм і методів менеджменту в напрямі ефективної реалізації конкурентних переваг підприємства. Процес управління конкурентоспроможністю є комплексним багатокритеріальним завданням, яке реалізується в підприємстві за допомогою певних управлінських дій. Їх ефективне використання можливе тільки при системному підході в комбінації з об'єктивним та суб'єктивними поглядами на аналізований об'єкт, що уможливорює зрозуміти необхідність і сутність управління конкурентоспроможністю. Такий підхід передбачає окремий розгляд конкурентоспроможності як певного стану внутрішнього середовища, що дає можливість будувати ефективні взаємовідносини із зовнішніми контрагентами й, отже, вона є результатом реалізації такого роду відносин. З погляду суб'єктивного підходу, конкурентоспроможність є результатом ефективнішого функціонування внутрішнього середовища підприємства, тобто оптимальнішого управління. В ринкових умовах підприємства мають практично однаковий доступ до ресурсів, тобто ринок вирівнює їхні можливості як споживачів ресурсів і факторів виробництва, що і є вирішальним при досягненні конкурентоспроможності.

Таким чином, система управління конкурентоспроможністю розглядається нами як система формування конкурентних переваг і конкурентного потенціалу, конкурентних стратегій, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, яка визначає конкурентну позицію та конкурентний статус його на ринку. Об'єктивний підхід передбачає розгляд конкурентоспроможності як результат реалізації сукупності переваг (при цьому джерело переваг не є важливим) і зіставлення результатів функціонування підприємств-конкурентів.

Запропоновані суб'єктивний та об'єктивний підходи не тільки не виключають, а, навпаки, доповнюють один одного: суб'єктивний – досліджує внутрішнє середовище підприємства й дає можливість дослідити джерела та при-

чини досягнення певного рівня конкурентоспроможності, об'єктивний – характеризує наслідки застосування сукупності управлінських рішень і допомагає визначити місце підприємства серед конкурентів.

Дослідження конкурентоспроможності в межах запропонованих підходів має відповідати таким принципам управління конкурентоспроможністю підприємств, як: системність; обґрунтованість; об'єктивність – орієнтація на конкретні ринки й потреби клієнтів; інформативність – наявність достовірної та об'єктивної інформації в повному обсязі; адаптивність – забезпечення адаптивності системи управління конкурентоспроможністю до змін у зовнішньому середовищі й у внутрішній структурі підприємства; інноваційність – забезпечення інноваційного характеру розвитку підприємства.

Система управління спирається на такі взаємозв'язані категорії: об'єкт, суб'єкт, цілі, стратегія, тактика, стратегічна політика, функції, методи, засоби.

Сутність управління конкурентоспроможності агропромислових підприємств в умовах ринку полягає в раціональному використанні наявних конкурентних переваг, нарощуванні перспективних, виявленні та створенні потенційних переваг, а також в оцінці, аналізі й обліку чинників ринкового середовища, що підвищують або знижують конкурентоспроможність агропромислового підприємства в процесі його господарської діяльності з виробництва конкурентоспроможної продукції, виборі та реалізації відповідної стратегії й тактики для досягнення наміченої мети розвитку. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств є системою, яка являє собою сукупність взаємозв'язаних організаційних, економічних та адміністративно-правових важелів і методів цілеспрямованого впливу на об'єкт управління. Вона заснована на реалізації наявних та потенційних конкурентних переваг і забезпечує аналіз, прогнозування, планування й оцінку конкурентоспроможності підприємства.

Мета управління конкурентоспроможністю – ефективне використання конкурентних переваг і забезпечення випуску продукції, яка відповідає заданим вимогам конкуренції

на ринку при мінімізації витрат, з урахуванням інтересів споживача, безпеки й екологічності продукції.

Розробка та впровадження системи управління конкурентоспроможністю в підприємстві припускає розв'язання таких завдань:

виділення трьох рівнів забезпечення конкурентоспроможності: оперативного, тактичного і стратегічного;

формування для кожного рівня управління комплексних оціночних показників конкурентоспроможності (при цьому комплексним показником конкурентоспроможності підприємства на оперативному рівні може бути конкурентоспроможність продукції, на тактичному – система показників фінансово-економічного стану, на стратегічному рівні доцільно залучати систему показників, що характеризують інвестиційну привабливість підприємства);

розробка методик розрахунку й інтерпретації результатів оцінки конкурентоспроможності;

визначення для кожного рівня складу завдань по управлінню конкурентоспроможністю;

формування функціональної структури системи управління конкурентоспроможністю;

розробка організаційних регламентів функціонування системи управління конкурентоспроможністю;

створення адекватної інформаційної бази підтримки прийняття рішень з управління конкурентоспроможністю підприємства.

З урахуванням загальних і специфічних принципів, система управління конкурентоспроможністю підприємств являє собою сукупність різних бізнес-процесів у певній послідовності, спрямованих на забезпечення ефективного процесу управління й досягнення високого рівня конкурентоспроможності. Система управління останнього є стрижневою по відношенню до інших функціональних підсистем. Виділення її як базової дає змогу підприємству раціональніше управляти своїми конкурентними перевагами і забезпечує досягнення високої ефективності (рис. 1).

Проведений аналіз ключових характеристик економічної ситуації на підприємствах, практичних методів оцінки та підвищення конкурентоспроможності уможливорює зробити висновок, що існуючі методологічні підходи, які ґрунтуються на диференціації системи управління конкурентоспроможністю на оперативний, тактичний і стратегічний рівні, в повному обсязі відображають особливості функціонування підприємств у сучасних умовах.

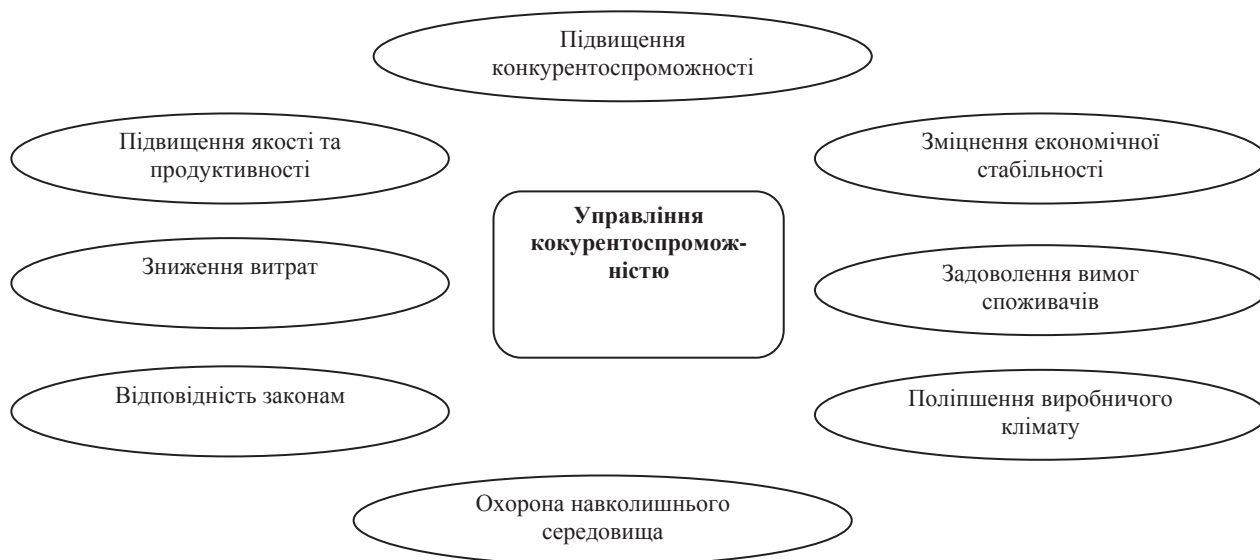


Рис. 1. Процес управління конкурентоспроможністю

Джерело: Сформовано авторами.

Але зазначені критерії неможливо розглядати ізольовано один від одного. Адже між конкурентоспроможністю продукції та

загальним економічним станом підприємства існує пряма залежність, останній зумовлює відповідний рівень інвестиційної при-

вабливості, що впливає на фінансово-економічний і матеріально-технічний стан підприємства, результатом чого є досягнення високого рівня конкурентоспроможності продукції завдяки ефективному функціонуванню. Практика показує, що всі виділені рівні управління конкурентоспроможністю підприємства інтегровані між собою як у тимчасовому, так і у функціональному аспектах. Виходячи з цього, пропонується мето-

дичний підхід, який дає змогу розглядати систему управління конкурентоспроможністю підприємства як сукупність взаємозв'язків та елементів. Запропонована система включає сукупність цілей, методів, інструментів, засобів і ресурсів. Вказані елементи функціональної системи реалізуються на всіх рівнях управління підприємствами: оперативному, тактичному, стратегічному (рис. 2).

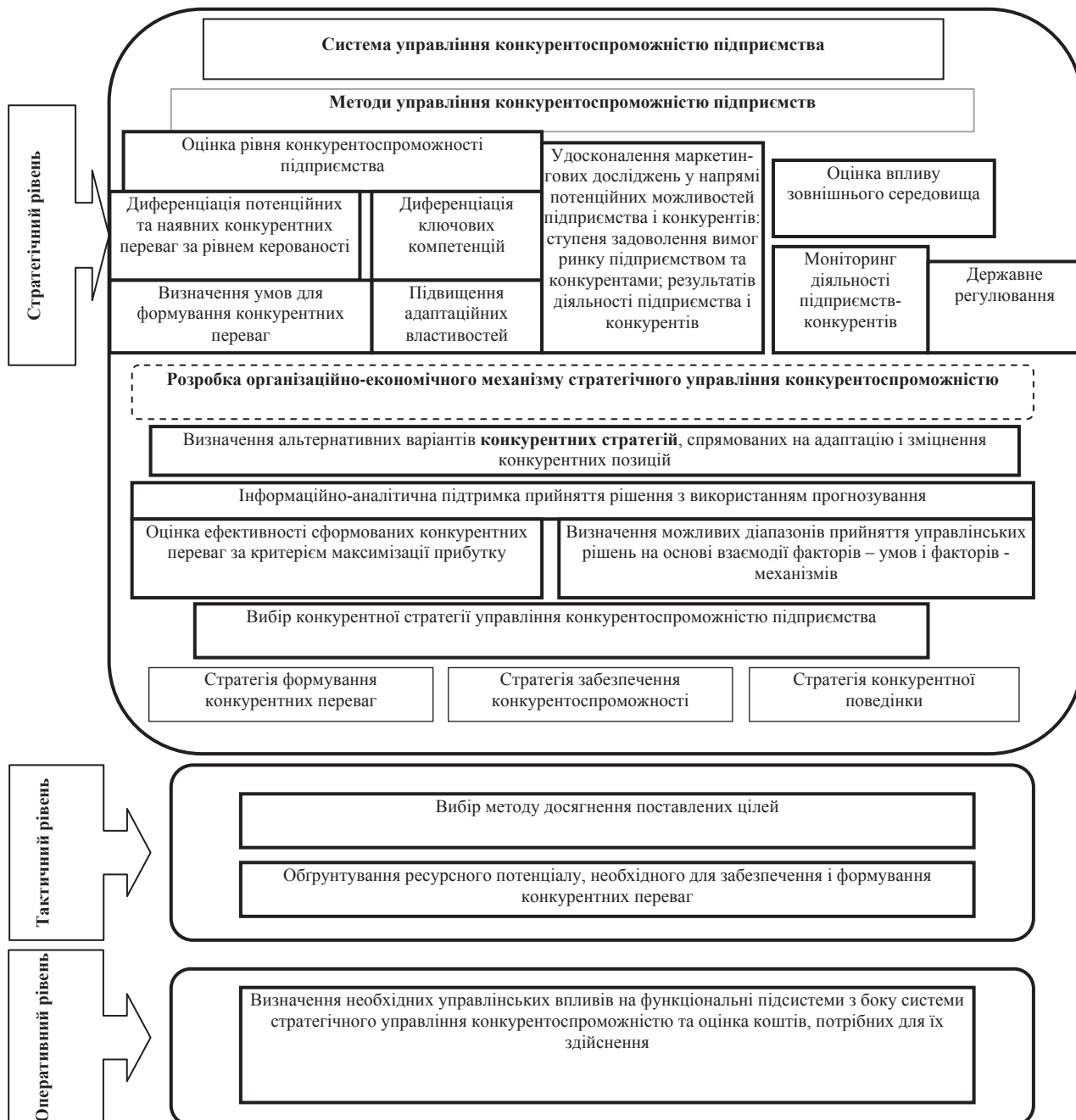


Рис. 2. Система управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: Сформовано авторами.

Дослідження всіх трьох рівнів управління конкурентоспроможністю підприємства як

єдиної системи є своєчасним та актуальним. При цьому важливо проаналізувати взаємо-

дію всіх рівнів управління й визначити сукупність методів оцінки конкурентоспроможності, фінансово-економічного, організаційно-виробничого, матеріально-технічного стану підприємства та його інвестиційної привабливості: по-перше, для кожного з рівнів, по-друге, для всієї системи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Однією з ланок запропонованої системи є оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства. Багато з існуючих методів такої оцінки характеризують лише окремі сторони діяльності, їх доцільно об'єднати в групи, а саме: методи, засновані на аналізі порівняльних переваг; на теорії якості послуг; на теорії мультиплікатора; на визначенні позиції в конкуренції з погляду стратегічного потенціалу підприємства, на порівнянні з еталоном, що ґрунтується на теорії рівноваги підприємства і галузі; методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції; матричні методи оцінки конкурентоспроможності; інтегральні методи. Крім вищезазначених, існують методи підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю підприємства, які розглянуті на рівні вибору управлінських рішень, реалізації цих рішень та на рівні дій. На рівні вибору рішень проводиться аналіз процедур їх прийняття. Аналітичну основу ухвалення рішень становлять: діагностика ситуації, характеристика основних суб'єктів ринку; формулювання принципів управління конкурентоспроможністю; систематизація чинників конкурентоспроможності підприємства.

На рівні реалізації рішення здійснюється аналіз і контроль над уже досягнутим рівнем конкурентоспроможності підприємства, виявляється вплив на неї зовнішніх і внутрішніх чинників та адаптаційні властивості, а також обираються відповідні управлінські імпульси. На рівні дій проводиться регламентація й виконання рішень по всіх ієрархічних рівнях організаційної структури підприємства, оскільки процес управління конкурентоспроможністю охоплює всі рівні управління підприємством.

Як було зазначено, конкурентоспроможність підприємства – багатовимірна концепція і для її виміру необхідно використовувати спеціальні змінні адаптивності, конку-

рентних переваг та результатів економічної діяльності. Із вищесказаного можна зробити висновок, що один із важливих напрямів управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в розробці методів підвищення його конкурентних переваг й адаптаційних властивостей.

На практиці адаптація підприємства до дії зовнішнього середовища можлива на основі створення її організаційно-економічної системи з наступною оцінкою конкурентоспроможності, що дає змогу прийняти рішення відносно конкурентного положення підприємства на ринках збуту та розробити конкурентні стратегії на перспективу (рис. 3).

Інша важлива характеристика конкурентоспроможності підприємства – його конкурентні переваги, які можна розділити на "переваги в умінні" й "переваги в ресурсах" і які забезпечуються через економічні, управлінські та психологічні компетенції підприємства.

На наш погляд, термін "компетенції підприємства" доцільно визначати як складову його стратегічних активів, яка втілює й відображає сукупність колективного знання, досвіду та здібностей, що в поєднанні з унікальною технологією дає можливість створювати, а також ефективно використовувати конкурентні переваги.

Економічні компетенції створюють умови підприємству для ефективного функціонування на певному етапі у відповідному аспекті (технології, науково-дослідні роботи, виробництво, маркетинг, післяпродажне обслуговування).

Зовнішній прояв управлінських компетенцій відображено у функціях стратегічного й фінансового аспектів менеджменту, організаційної структури, процесах прийняття рішень, контролю та ін. Психологічні компетенції характеризують здатність персоналу, а також керівників підприємства швидко сприймати зміни в бізнес-середовищі, макросередовищі, та як, результат, у цих умовах оперативно приймати управлінські рішення. Виділені компетенції підприємства та конкурентні переваги знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємному втіленні, тобто конкурентні переваги забезпечуються та проявляються через компетенції.

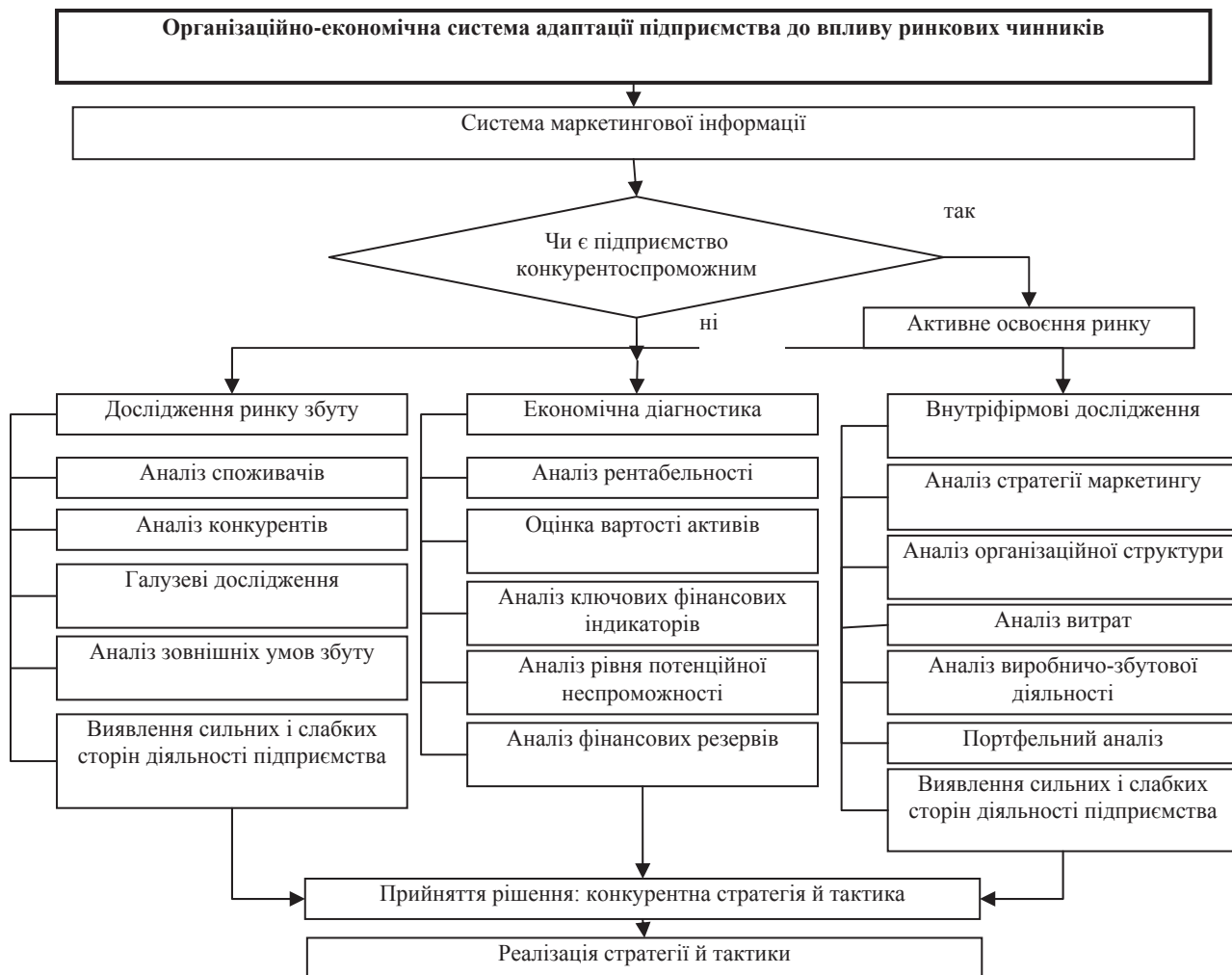


Рис. 3. Система процесу адаптації підприємства до умов ринку

Джерело: Сформовано авторами.

При аналізі й оцінці конкурентоспроможності необхідно враховувати, що адаптивність і конкурентні переваги – це лише потенційний бік конкурентоспроможності підприємства, яка за певних обставин може бути і не реалізована. Водночас тільки результати економічної діяльності дають безпосереднє віддзеркалення реальних досягнень у напрямі забезпечення конкурентоспроможності, й тому вони мають бути використані як її вимірники.

Прогноз конкурентоспроможності є пошуковим і полягає у визначенні ймовірного опису можливого її стану в майбутньому. Відомо, що в основі прогнозування лежать аналогії, екстраполяції та моделі майбутнього стану системи. Існує три основних способи розробки прогнозів конкурентоспроможності - експертна оцінка фахівців, екстраполявання на основі вивчення рядів динаміки й подальшого набору апроксимуючої функ-

ції та моделювання, що містить сукупність прийомів розробки прогнозів і дає змогу одержати більшу об'єктивність. Також на практиці використовується написання сценаріїв. Таким чином, застосовуючи прогнозування як один з інструментів стратегічного управління, можна оцінити ступінь впливу окремих ринкових факторів на конкурентоспроможність підприємств і, отже, управляти нею.

Управління конкурентоспроможністю повинно охоплювати, по-перше, проблеми якості, ресурсозбереження, вивчення інфраструктури внутрішніх та зовнішніх ринків; по-друге, всі загальні функції управління – стратегічний маркетинг, планування, організацію процесів, облік і контроль, мотивацію й регулювання; по-третє, всі стадії життєвого циклу керованих об'єктів, починаючи зі стратегічного маркетингу.

Складність системи управління конкурентоспроможністю, розвиток гіперконкуренції, міжнародної кооперації та глобалізації ринків вимагають стандартизації різних її аспектів на міжнародному рівні. Деякі нормативно-методичні документи, що розробляються міжнародними організаціями, повинні бути обов'язковими для всіх рівнів ієрархії, у тому числі й для підприємств, незалежно від фор-

ми власності. Наприклад, система управління якістю на основі міжнародних стандартів ISO серії 9001, система міжнародної сертифікації товарів і послуг та ряд інших мають бути єдиними для всіх країн і відповідно для всіх підприємств. Таким чином, управління конкурентоспроможністю підприємств повинно здійснюватися на засадах інтегрованої системи менеджменту (рис. 4).

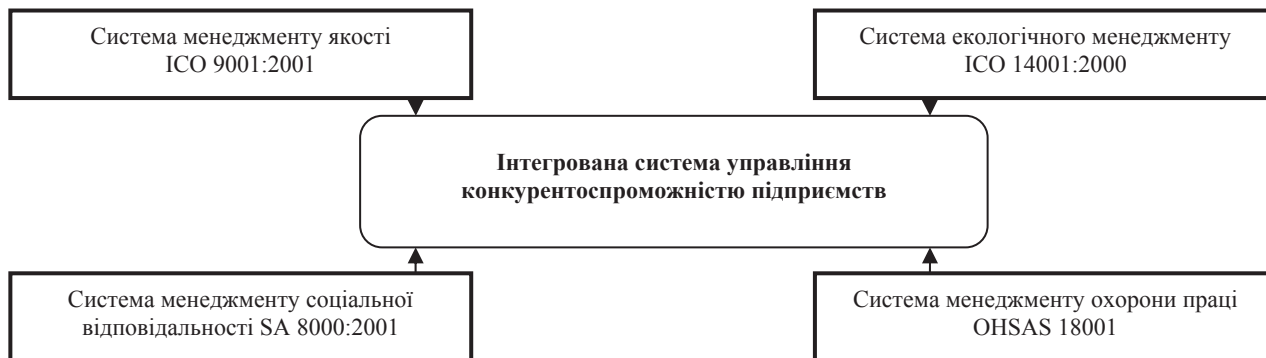


Рис. 4. Інтегрована система менеджменту в підприємствах

Джерело: Сформовано авторами.

Управління конкурентоспроможністю на засадах інтегрованої системи менеджменту дасть змогу одержати ряд конкурентних переваг:

створення єдиної гармонізованої структури, що сприятиме досягненню більшої узгодженості дій усередині підприємства та підвищенню ефективності;

зниження витрат на розробку, функціонування і сертифікацію порівняно з витратами по кожній системі окремо;

орієнтацію на загальну збалансовану стратегію розвитку підприємства та ефективніше використання всіх видів ресурсів;

поліпшення взаємодії процесів у різних напрямках діяльності, підвищення мобільності та можливості адаптації до мінливих умов;

оптимізацію кількості внутрішніх і зовнішніх зв'язків та поліпшення внутрішнього обміну інформацією, значне зменшення обсягу документів;

зменшення можливих протиріч між питаннями якості, екології й охорони праці.

Наявність у підприємства сертифікаційної системи якості дає йому ряд таких переваг: створення надійної репутації; визнання та ефективніший пошук рівноправного партнерства; розширення ринків збуту; сприяння дотриманню національного й міжнародного законодавства; підвищення продуктивності праці; скорочення витрат; підвищення виробничої та фінансової дисципліни, корпоративної культури.

Реалізація й розвиток запропонованої системи управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах інтегрованого менеджменту – трудомістке завдання, що вимагає системного підходу в сукупності із суб'єктивним і об'єктивним підходами при здійсненні значної кількості управлінських, технічних, технологічних та інших заходів.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового підкомплексу: підруч. / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 780 с.
2. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, Г.В. Кривенко. – К.: "Видавничий дім "Професіонал", 2009. – 256 с.
3. Воронкова А.Е. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: моногр. / А.Е. Воронкова. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского национального университета, 2004. – 320 с.
4. Гончаров В.М. Формування стратегії управління розвитком промислового підприємства на основі показників ефективності: моногр. / В. М. Гончаров, М. В. Макаренко, В. Ю. Припотень. – Луганськ: Вид-во СХУ ім. В. Даля, 2007. – 136 с.

5. Денисова А.Л. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества: моногр. / А.Л. Денисова, Т.М. Уляхин. – Тамбов : ТГТУ, 2006. – 120 с.
6. Деркачова В.В. Формування маркетингової стратегії конкурентоспроможності підприємств АПК у сучасних умовах : моногр. / В.В. Деркачова. – Луганськ : Елтон-2, 2011. – 236 с.
7. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: моногр. / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
8. Малуґа Л. Оцінка конкурентоспроможності аграрних підприємств / Л. Малуґа // Економіст. – 2009. – № 9. – С.50–53.
9. Мельник С.І. Основні напрями формування конкурентних переваг аграрних підприємств України в ринкових умовах: моногр. / С.І. Мельник. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2010. – 368 с.
10. Нехланова Л.М. Стратегическое управление сельскохозяйственным производством в ЛПК региона: моногр. / Л. М. Нехланова, В. Г. Ткаченко – М. : Изд-во РГАУ – МСХА, 2008. – 100 с.
11. Саблук П.Т. Механізм формування виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції в ринкових умовах / П.Т. Саблук // Вісник ХНАУ, серія „Економіка АПК і природокористування”. – 2009. – №13 – С. 1-16.
12. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К. : ННЦ"ІАЕ", 2012. – 182 с.
13. Ткаченко В.Г. Маркетингова діяльність підприємств АПК в умовах ринкової нестабільності: моногр. / В.Г. Ткаченко, В.В. Суховерхий, О.М. Чеботарьова. – Луганськ: Янтар, 2012. – 220 с.
14. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / СМ. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 528 с.

Стаття надійшла до редакції 08.05.2015 р.

*

УДК 658.012.32

*В.В. МАКОГОН, кандидат економічних наук, доцент
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

Застосування критерію узгодження інтересів власників і працівників для оцінки ефективності менеджменту сільськогосподарських підприємств

Постановка проблеми. У сучасному менеджменті ефективність є однією з найбільш вживаних категорій, що застосовують для оцінювання результативності господарських рішень і рівня конкурентоспроможності підприємства. Аналіз підходів до її сутності показав, що погляди дослідників досить різноманітні, неоднозначні, а інколи прямо протилежні. Водночас більшість із них схиляється до думки, що в її основі лежить зіставлення результату та зроблених заради його одержання витрат (спожитих ресурсів). Під час оцінки ефективності важливим і складним є вибір критерію ефективності. На думку П.Ф. Друкера, Р.Х. Холла, Р.Л. Акоффа, П. Дойля, основною метою діяльності

підприємства є розвиток у просторі інтересів заінтересованих груп (власників, працівників, споживачів, постачальників, суспільства тощо), а тому в ролі критерію ефективності менеджменту може бути вміння сформувати вектор господарської діяльності, направлений на зростання всіх результативних показників та врахування інтересів окремих груп [12, 13, 8, 11].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження ефективності менеджменту підприємства зробили такі науковці: М. Альберт, Р.Л. Акофф, А.А. Беляєв, Б. Грехам, П.Ф. Друкер, П. Дойль, А.П. Іванов, Д. Коллінз, Е.М. Коротков, О.Є. Кузьмін, О.В. Мороз, М.Х. Мескон, Н.Ю. Подольчак, Ж.В. Поплавська, В.А. Рульєв, Ф. Хедоурі, Р.Х. Холл та ін. [2–9, 12–17]. Водночас у пра-

© В.В. Макогон, 2015