МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи

на здобуття
освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини»
на тему:

«Стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми (на прикладі ТОВ «Агропрайм Холдинг»)»

Виконавець:
студент ЦЗВФН, гр. 6зф7
Бачур Віталій Володимирович _____
(підпис)
Науковий керівник: професор
Єрмакова Ольга Анатоліївна_____
(підпис)

Одеса - 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Проблема конкурентоспроможності носить універсальний, всесвітній характер. Нині вона зачіпає практично всі країни світу, всіх товаровиробників. В умовах наростаючого впливу на національні економіки науково-технічної революції, інтеграційних процесів, поширення конкуренції на нові сфери суспільно корисної діяльності і придбання нею все більш гострого характеру, конкурентоспроможність стала всесвітнім явищем.

В сучасних економічних умовах діяльність кожного господарського суб'єкта є предметом уваги широкого кола учасників ринкових відносин, зацікавлених в результатах його функціонування. У зв'язку з цим, актуальність конкурентоспроможності агрофірм очевидна: для того, щоб забезпечувати виживання підприємства в сучасних умовах, управлінському персоналу необхідно, перш за все, вміти реально оцінювати фінансовий стан, як свого підприємства, так і існуючих потенційних конкурентів. Відомо, що рівень конкурентоспроможності визначається великим числом факторів, відповідно, можуть бути виділені і різні напрямки в рішенні цієї задачі.

Конкуренція - це цивілізована і легалізована форма боротьби суб'єктів ринку, за найкращі умови виробництва і збуту своєї продукції, з метою отримання прибутку. Забезпечення конкурентоспроможності об'єктивно є основною стратегічним завданням будь-якого підприємства.

Таким чином, актуальність даної теми обґрунтовується необхідністю оперативного і ефективного застосування інструментів конкуренто-спроможності, а також управління ними на сучасному підприємстві..

Мета дослідження. Головною метою роботи є дослідження стану реалізації прийнятої стратегії підвищення міжнародної конкуренто-спроможності агрофірми (на прикладі ТОВ «Агропрайм Холдинг» та визначення напрямів її покращення.

Завдання дослідження:

1) дослідити сутність та особливості формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми;

2) визначити основні етапи формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми;

3) з’ясувати методичні підходи до визначення типу стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми;

4) здійснити аналіз міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»;

5) визначити тип стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»;

6) розкрити чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, що визначають успішність стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»;

7) визначити напрями удосконалення стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю ТОВ «Агропрайм Холдинг»;

8) з’ясувати можливості посилення інноваційної складової у

забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»;

9) розглянути можливості впровадження заходів соціальної відповідальності як чинник підвищення міжнародної конкуренто-спроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».

Об'єктом дослідження в роботі є процес розробки та реалізації стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження виступає стратегія підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми на прикладі ТОВ «Агропрайм Холдинг».

Методи дослідження. В процесі дослідження використано систему методів, направлену на досягнення поставленої мети та завдань, яка включає наступні: аналіз та синтез використано для з'ясування сутності та особливості формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми; системно-структурний метод застосовано до визначення основних етапів формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми; дедукції та індукції застосовано до визначення методичних підходів до визначення типу стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми; вертикального та горизонтального аналізу, коефіцієнтний, SWOT-аналіз та SPACE-аналіз застосовано до аналізу міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»; прогностичний метод використано при виявленні напрямків вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкуренто-спроможності ТОВ «Агропрайм холдинг»; таблично-графічний метод використано при оформленні результатів дослідження.

Інформаційна база дослідження. Інформаційно-довідковою базою слугували наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, періодична література, нормативно-правові акти України, матеріали наукових конференцій, різноманітні електронні ресурси, а також фінансові звітність ТОВ «Агропрайм холдинг».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 112 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «***Теоретико-методичні основи формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми***» розглянуті сутність та особливості формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми, визначені основні етапи формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми; з'ясовані методичні підходи до визначення типу стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми.

У другому розділі «***Аналіз стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»***» здійснений аналіз міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг», обґрунтований тип стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг», розкриті чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, що визначають успішність стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».

У третьому розділі «***Напрямки вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг»***» розроблені напрями удосконалення стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю ТОВ «Агропрайм Холдинг», з'ясовані можливості посилення інноваційної складової у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг», досліджені можливості впровадження заходів соціальної відповідальності як чинника підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».

ВИСНОВКИ

У результаті аналізу широкого спектра теоретичних та аналітичних джерел щодо проблеми обґрунтування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми на прикладі ТОВ «Агропрайм Холдинг» зробимо такі висновки:

1. Під стратегією пропонуємо розуміти довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації, що стосується сфери, засобів і форми її діяльності, системи взаємин усередині організації, а також позиції організації в навколишньому середовищі, що приводить організацію до досягнення поставлених цілей. Під стратегією конкурентоспроможності підприємства пропонуємо розуміти комплекс заходів відносно усього виробничо-господарського комплексу для забезпечення переваг над підприємствами-конкурентами. Вона направлена на формування та підтримання конкурентних переваг, посилення конкурентоздатності, формування механізму реагування на зміни середовища, об'єднання стратегічних дій основних функціональних підрозділів. За умови виходу підприємства на зовнішній ринок має формуватися міжнародна стратегія конкурентоспроможності, яка для сільськогосподарських підприємств має свою специфіку, що пов'язана з особливостями сільськогосподарського виробництва (сезонність, земельні ресурси тощо) та з особливістю міжнародного ринку сільськогосподарською продукцією.

2. На сьогодні існує низка підходів до формування стратегії підвищення конкурентоспроможності агрофірми: формальний, позиційний, стихійний, маркетинговий, підхід на основі теорії TQM. Проте для формування стратегії пропонуємо скористатися системним підходом, який передбачає, що агрофірма є відкритою системою. Особлива важливість даного підходу обумовлена можливістю більш повно врахувати чинники, які впливають на вибір міжнародної стратегії конкурентоспроможності агрофірми. Використання цього підходу дозволяє застосувати алгоритм формування такої стратегії, який включає наступні етапи: оцінка поточного стану, аналіз стану агрофірми, вибір стратегії, оцінка стратегії, розробка стратегічного плану, реалізації стратегії.

3. Підвищення конкурентоспроможності пов'язано з розробкою та вибором відповідних стратегій, формування й коригування яких відбувається практично постійно. Вибір стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства відповідно до ринкової ситуації пов'язаний з оцінюванням її переваг і ризиків, аналізом її відповідності ситуації на ринку, а також рівня організації виробництва на підприємстві та управління ним. При виборі базової стратегії виходять з того, наскільки вона спроможна стимулювати адаптацію можливостей підприємства до конкретних ринкових умов. У цьому полягає суть базової стратегії як загальноекономічної основи забезпечення практичних дій підприємства.

4. ТОВ «Агропрайм Холдинг» - підприємство, яке працює на ринку Одеської області та України з 2005 р. Підприємство спеціалізується на

виробництві продукції рослинництва та тваринництва. Проте лише з недавнього часу ТОВ «Агропрайм Холдинг» експортує продукцію за кордон. Присутність за кордоном поки що обмежена – продукція свинарства реалізується в Грузію, рослинництва – в Єгипет та Туреччину. Проте в стратегічних цілях підприємства є нарощення обсягів постачання та розширення ринків збуту за кордоном. Проведена оцінка конкурентоспроможності підприємства на ринку Грузії дозволила зробити висновок про те, що на підприємстві розширяються масштаби господарювання, зростає власний капітал, підприємство забезпечене власним оборотним капіталом але має зростаючий непокритий збиток. Наявний перекіс в структурі активів в сторону немобільної їх частини. На підприємстві зростають обсяги виручки, продуктивності праці та фондовіддачі, але підприємство збиткове. Погіршуються показники ліквідності та зростає фінансова залежність. За допомогою аналізу були порівняні показники діяльності ТОВ «Агропрайм Холдинг» та його конкурентів, а також здійснено оцінку ефективності та конкурентних переваг. ТОВ «Агропрайм Холдинг» має коефіцієнт конкуренто-спроможності в 2019 році нижче ніж у компанії «Агропродсервіс», хоча і вище ніж у компанії «Native Georgian».

5. Для оцінки стратегії міжнародної конкурентоспроможності було використано методи SPACE-аналізу, сутність якого зводиться до застосування багатокритерійного підходу, що дозволяє здійснювати ідентифікацію характеристик, пошук репрезентативної вибірки даних, їх об'єднання в групи, присвоєння їм конкретних оцінок в межах обраної шкали значень. В результаті застосування цього методу було встановлено, що ТОВ «Агропрайм Холдинг» на ринку продукції тваринництва в Грузії використовує агресивну стратегію, яка може знайти вираз у прямій інтеграції, зворотній інтеграції або у горизонтальній інтеграції. Найбільш підходить для підприємства горизонтальна інтеграція, яка виражається у придбанні підприємства в Грузії. Це дозволить значно посилити управлінські зв’язки між партнерами – зі слабкого рівня до рівня «високого» та «абсолютного». Це дозволить не тільки зберегти, а й зміцнити конкурентні позиції підприємства на ринку продукції тваринництва Грузії, досягти рівня лідерства.

6. Підприємству для підтримування стратегії міжнародної конкурентоспроможності доцільно використовувати в своїй діяльності SWOT-аналіз, за допомогою якого виявляються погрози і можливості, які можуть виникнути в зовнішній середі по відношенню до фірми, а також сильні і слабкі сторони останньої. Проведений аналіз засвідчив, що ТОВ «Агропрайм Холдинг» має як слабкі так і сильні сторони, які разом в сукупності з загрозами та можливостями дають відповіді на можливу реакцію підприємства для використання комбінацій. Проведений аналіз також засвідчив, що найбільш доцільним для нівелювання загроз є дії, направлені на використання сильних сторін, а саме застосовування методів маркетингу та розробки відповідних рекламних заходів, які б наголошували

на високій якості продукції, постійна перевірка якості продукції. Окрім того, підприємству доцільно використовувати власні можливості в поєднанні з сильними сторонами, зокрема впроваджувати нові асортиментні лінійки, розпочати продаж нових видів продукції, встановлювати нижчі ціни на продукцію порівняно з конкурентами.

7. Удосконалення стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю ТОВ «Агропрайм Холдинг» пропонуємо здійснювати за трьома напрямами: удосконалення організаційної структури стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства через підвищення ролі відділу стратегічного управління та делегування частини повноважень відділу маркетингу в новий відділ, який буде займатися безпосередньо зовнішньоекономічною діяльністю та реалізовувати стратегію підвищення міжнародної конкурентоспроможності; удосконалення методики формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства через виокремлення конкурентних переваг та формування стратегії на їх підставі з урахуванням оптимального, нормального песимістичного та кризового сценарію розвитку; удосконалення мотивації працівників, які зайняті в сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства за рахунок вдосконалення системи заробітної плати, надання можливостей працівникам брати участь у прибутках організації та вдосконалення організації праці, що включає постановку цілей, збагачення праці, ротацію, застосування гнучких графіків за рахунок вдосконалення мотиваційного механізму через впровадження мотиваційного кола, формування і розвитку кадрового потенціалу ТОВ «Агропрайм Холдинг», ув’язки мотиваційного механізму з стратегією підвищення конкурентоспроможності підприємства.

8. ТОВ «Агропрайм Холдинг» для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності необхідно посилити інноваційну складову. Для цього необхідно звернути увагу на стратегію «блакитного океану», яка передбачає націленість на створення нових секторів ринку. При цьому ТОВ «Агропрайм Холдинг» має враховувати особливості й можливості не тільки вітчизняного сільськогосподарського виробництва та необхідність впровадження технологічної безпеки, перевірки наявних і впроваджуваних технологій, а й міжнародних нових технологій, зокрема пропонується для підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності дедалі ширше застосовувати прогресивні сучасні технології мінімального обробітку ґрунту й точного землеробства, а саме: «Mini-till», яка передбачає мінімізацію техніко-технологічного впливу на ґрунт під час його обробітку; «No-till» або «Zero-till» (технологія нульового обробітку) як спосіб обробітку ґрунту, що не пропонує механічних рішень для усунення ущільнень на глибині 30-35 см; «Strip-till» (смуговий обробіток ґрунту) як систему раціонального природокористування, за якої відбувається мінімальна обробка ґрунту. Окрім того, в рослинництві доцільно використати новітні техніко-технологічні рішення пов'язані з селекційною роботою та генною інженерією; органічним землеробством; мікрозрошенням; космічними інформаційними технологіями;

нанотехнологіями.

9. Соціальна відповідальність сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, але й забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу. Соціальна відповідальність ТОВ «Агропрайм Холдинг» має несистемний, ситуаційний характер. Соціальна спрямованість ТОВ «Агропрайм Холдинг» буде більш ефективною, якщо соціальна відповідальність буде включена у стратегію управління. При формуванні корпоративної стратегії необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність ТОВ «Агропрайм Холдинг», серед яких можна запропонувати наступні: доцільно враховувати соціальну відповідальності при розробці стратегії підприємства; формування стратегії базувати на принципах розуміння потреб і очікувань суспільства, підвищення ефективності управління ризиками, поліпшення взаємовідносин із зацікавленими сторонами, покращення репутації підприємства в цілому; узгоджувати кожен етап та рівень формування корпоративної стратегії з базовою концепцією соціально відповідального бізнесу..

АНОТАЦІЯ

Бачур В.В., «Стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми
(на прикладі ТОВ «Агропрайм Холдинг»)»,
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є процес розробки та реалізації стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

У роботі розглянуті сутність та особливості формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми, визначені основні етапи формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми; з'ясовані методичні підходи до визначення типу стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності агрофірми.

Здійснений аналіз міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг», обґрунтований тип стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг», розкриті чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, що визначають успішність стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».

Розроблені напрями удосконалення стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю ТОВ «Агропрайм Холдинг», з'ясувані можливості посилення інноваційної складової у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг», досліджені можливості впровадження заходів соціальної відповідальності як чинника підвищення міжнародної конкурентоспроможності ТОВ «Агропрайм Холдинг».

Ключові слова: стратегія, міжнародна конкурентоспроможність, агрофірма, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, аналіз, удосконалення стратегічне управління, інновації, соціальна відповідальність.

ANNOTATION

Bachur V.V. «Strategies to increase the international competitiveness of the agricultural firm (on the example of LLC "Agroprime Holding")»,
qualification work for a master's degree
in specialty 292 "International Economic Relations"
under the educational and professional program "International Economic Relations"
Odessa National Economic University
Odessa, 2020

The master's qualification work consists of three sections. The object of research is the process of developing and implementing a strategy to increase the international competitiveness of the enterprise.

The essence and features of formation of strategy of increase of the international competitiveness of agrofirm are considered in work, the basic stages of formation of strategy of increase of international competitiveness of agrofirm are defined; methodical approaches to determining the type of strategy to increase the international competitiveness of the agricultural firm are clarified.

The analysis of the international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» is carried out, the type of strategy of increase of international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» is substantiated, the factors of internal and external environment determining success of strategy of increase of international competitiveness of LLC «Agroprime Hold» are revealed.

Areas for improving the strategic management of international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» have been developed, opportunities for strengthening the innovative component in ensuring international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» have been clarified, opportunities for implementing social responsibility measures as a factor in increasing international competitiveness of LLC «Agroprime Holding» have been studied.

Key words: strategy, international competitiveness, agricultural firm, internal environment, external environment, analysis, improvement of strategic management, innovations, social responsibility.