

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Гранат О.В., аспірант

Актуальність дослідження. Обґрунтування вибору стратегії розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору є важливою науковою задачею та повинне здійснюватись виходячи з наявних знань та досвіду, на основі існуючих підходів та інструментарію стратегічного управління. Вказані моменти, поряд з необхідністю врахування стадії життєвого циклу при розробці та реалізації етапів стратегії розвитку, визначає проблематику дослідження.

Метою дослідження є формування способу вибору стратегії розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору відповідно до стадії життєвого циклу і рівня розвитку комунікаційних систем в аграрній сфері країни.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика розвитку підприємств досліджувалась зарубіжними та вітчизняними науковцями та фахівцями аграрної сфери досить предметно, зокрема, теоретичні аспекти даної проблематики висвітлювались в роботах О.Ю. Єрмакова, О.І Амоші, І.О. Іртищевої, М.Ф. Кропивко, О.В. Ковальової, О.В. Короткова, Т. В. Калінеску, Л. С. Винарік, О. М. Щедрина, Н. Ф. Васильєва, В. П., Ластовецький, Т. Б. Іванюк та інші автори висвітлювали питання розвитку комунікацій. Проте розвиток комунікацій у контексті стратегічного розвитку підприємств аграрного

сектору, та, ще більшою мірою стратегічний розвиток комунікаційних систем підприємств є до цього часу нерозробленою та мало досліджуваною темою.

У дослідженні проблематики даної статті корисними є роботи, зорієнтовані на вирішення проблем практики управління інноваційно-технологічним розвитком (Л.П. Марчук, Н.М. Сіренко, О.В. Шибанін, С.Д. Ільєнкова, О.В. Левчук, С.М. Судомир та інші), тому що розвиток комунікаційних систем не може розглядатись відокремлено від інноваційно-технологічного розвитку, як більш загальної категорії.

Аналіз робіт, пов'язаних з проблематикою стратегічного розвитку, розвитку комунікаційних систем, комунікаційних систем як складової систем інноваційного розвитку, свідчить, що окремі питання все ще залишаються дискусійними або недостатньо дослідженими, зокрема ті, що стосуються комунікаційного аспекту проблеми стратегічного розвитку підприємств аграрного сектору.

Результати дослідження. Стратегічне завдання розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору України автор вбачає у перетворенні комунікаційних систем аграрного сектору країни з їхнього теперішнього [4; 5; 8], фрагментованого стану в більш цілісні і єдині системи з метою надання більш значного впливу на розвиток аграрного ринку.

Для виконання наведеного завдання необхідні колективні дії в напрямку розвитку кожної з основних характеристик належним чином функціонуючих комунікаційних систем.

Доступ до інформаційно-комунікаційних технологій в межах ефективно діючих комунікаційних систем дозволить підприємствам аграрного сектору:

1. Отримувати доступ до інформації про ціни – агровиробники будуть проінформовані про поточні ціни і вимоги до продукції, таким чином, зможуть формувати власну конкурентну політику на ринку та підвищувати через це свої доходи.

2. Отримувати доступ до інформації стосовно подій у сільському господарстві у зрозумілому, підготовленому до сприйняття працівниками агровиробників та фермерами вигляді.

3. Отримувати доступ до національних і міжнародних ринків, що є дуже важливим для того, щоб спростити контакти між продавцями і покупцями, для пропаганди експорту сільськогосподарської продукції вітчизняного виробництва, сприяння інтернет-трейдингу, а також підвищення інформованості виробників щодо потенційних можливостей ринку, включаючи тенденції цін.

4. Підвищити ефективність виробництва. У зв'язку з рядом екологічних загроз, таких як зміни клімату, посухи, бідні ґрунти, ерозії і шкідники, засоби для існування агровиробників є нестійкими. Потік інформації, що стосується нових технологій у виробництві відкриває нові можливості для документування і обміну досвідом агровиробників.

5. Впливати на розвиток інституціонального середовища, створити сприятливі політичні умови – потік інформації від фермерів сприятиме формуванню політики розвитку аграрного сектору.

Стратегічний розвиток комунікаційних систем підприємств аграрного сектору країни повинен бути спрямованим на досягнення встановлених результатів у динаміці, визнаючи складні реалії, у яких ці результати виявляються. Виконання національних пріоритетів у розвитку комунікаційних систем конкретного сектору економіки й ефективних заходів для досягнення цих пріоритетів є складним процесом, який вимагає:

- політичної волі для визначення напрямків інновацій;
- нових норм і методології управління, які повинні бути одночасно стандартизованими й гнучкими;
- удосконалення аналізу й планування, а також більш досконале застосування в цих процесах наявних знань.

У стратегії розвитку комунікаційних систем повинна пов'язуватися наука з розвитком за умови врахування таких питань, як екологічно стійка інтенсифікація, більш широка доступність безпечного продовольства для широких верств населення, підвищення рівня сільськогосподарських доходів, створення можливостей для підприємництва для обмежених у ресурсах дрібних агровиробників. У цих процесах більш продумане застосування існуючих знань і створення нових саме по собі вже є важливим інструментом для усвідомлення політичних компромісів і корисної синергії в межах створених комунікаційних систем.

Стратегія розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору, що має науково-технологічні засади, може бути лише однією складовою загальної «наздоганяючої» стратегії, яка передбачає ряд заходів для горизонтальних галузей політики, що поєднують пріоритети освіти, науки та бізнесу. Необхідна розробка такої стратегії розвитку, яка б поєднувала фінансові переваги української економіки з інноваційним потенціалом сектору досліджень і розробок а сфері ІКТ (як вітчизняної, так і світової) та потенціалом аграрного сектору як провідної сфери економіки з високим експортним потенціалом та стратегічним значенням для стабільного функціонування, безпеки та розвитку нації.

Початковим етапом формування стратегії розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору є процес оцінки стану системи, на підставі якого вибирається варіант стратегії. Цей етап містить в собі послідовність дій, яка полягає в дослідженні інформаційної бази і оцінці економічного стану системи. Враховуючи той факт, що економічна система піддається постійним змінам від впливу як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, її оцінка і аналіз слід проводити з урахуванням умов, пов'язаних з динамікою процесу.

В якості критеріїв вибору стратегії розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору України доцільно вибрати етап життєвого циклу комунікаційних систем аграрного сектору країни і рівень їх розвитку. Виходячи з аналізу поточного стану, конкурентоспроможності і потенціалу розвитку комунікаційних систем в аграрному секторі України, слід визначити стадію життєвого циклу комунікаційних систем як «ріст». Ця стадія припускає використання стратегії переходу на принципи розвитку і (чи) стратегії диверсифікації структури і (чи) стратегії підвищення рівня відкритості економіки підприємств.

Слід зазначити, що через досить високі темпи розвитку комунікаційних систем в світі, що призвело до інерційного поширення ІКТ в нашій країні, зокрема це стосується розвитку Інтернету, мобільного зв'язку, як в містах, так і на селі, рівень розвитку комунікаційних систем в аграрній сфері не можна вважати депресивним. Даний розвиток відбувається, він є скоріше середнім за рівнем. При формуванні стратегії розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору країни слід враховувати необхідність комплексного, взаємодоповнюючого використання практики диверсифікації структури використовуваних засобів комунікації як основи побудови стратегії, яка має спиратись на певні, визначені принципи розвитку та забезпечувати підвищення рівня відкритості економіки підприємств, доступності інформації про них завдяки розвитку комунікацій. Тобто стратегія розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору країни має бути комплексною і вибудовуватись на підстратегіях:

- переходу на принципи розвитку;
- диверсифікації структури засобів комунікацій;
- підвищення рівня відкритості економіки підприємств.

У основу даної комплексної стратегії слід покласти:

- раціональне поєднання ринкових і державних економічних і адміністративних інструментів і важелів регулювання ресурсно-інформаційних стосунків;
- оптимальне і взаємоузгоджене поєднання методів галузевого і територіального управління розвитком комунікаційних систем, перенесення центру ваги і відповідальності

за рішення інформаційних проблем агропромислового комплексу на рівень потреб окремих підприємств.

З урахуванням сказаного, стратегічна мета розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору країни формулюється таким чином: «Стратегічною метою розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору в довгостроковій перспективі є забезпечення: потреби ринку конкурентоздатною агропромисловою продукцією на основі створення і впровадження інноваційних інформаційно-комунікаційних, ресурсозберігаючих, екологічно чистих технологій, сприяючих утриманню позицій на внутрішньому і зовнішньому ринках в умовах відкритості економіки».

Необхідними умовами для забезпечення виконання стратегії розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору є:

- випуск якісної продукції, що відповідає сучасним потребам споживачів;
- збереження і модернізація матеріально-технічної бази підприємства;
- створення позитивного образу підприємства в сприйнятті споживачів і діловій репутації в очах партнерів;
- формування трудового колективу підприємства у рамках сучасної професійно-кваліфікаційної структури;
- підтримка сприятливої соціально-психологічної атмосфери в колективі;
- забезпечення безпеки виробничого процесу.

Стратегія розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору припускає проведення комплексного технічного переозброєння засобів комунікацій, що у свою чергу позитивно відіб'ється на виробничо-технічній політиці та ринкових позиціях цих підприємств. Вдосконалення внутрішньовиробничих і організаційних процесів дасть можливість підприємствам як відкритій системі поліпшити свої господарюючі позиції в ринкових умовах. Поліпшення ж виробничо-технічної політики підприємств вплине на:

- збільшення попиту на продукцію підприємства;
- стабільність ділової активності і позитивних відгуків про підприємство;
- упевненість зацікавлених сторін в результативності і ефективності підприємств, доведеної фінансовими і соціальними вигодами;
- здатність створювати власні цінності завдяки оптимізації витрат і ресурсів, а також гнучкості і швидкості реагування на зміни ринкової ситуації тощо.

Науково обґрунтована стратегія розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору в сучасних умовах стає реальним інструментом сприяння структурним змінам у господарському комплексі, процесам реформування власності, функціонуванню ринкових механізмів, що дозволить вносити необхідні зміни в загальну, «генеральну» стратегію і в практичну діяльність підприємств.

В результаті поєднання потенціалу сфери досліджень і розробок в сфері ІКТ з потенціалом аграрної промисловості країни, економіка країни одержить такий ефект:

- збільшення частки підприємств аграрного сектору, зорієнтованих на високотехнологічне виробництво;
- збільшення обсягу інноваційної продукції в обсязі агропромислової продукції;
- підвищена ефективність та продуктивність науково-дослідної роботи на підприємствах, науково-дослідних інститутах, університетах, діяльність яких пов'язана з діяльністю аграрного сектору країни;
- відповідний моніторинг та оцінювання призведуть до підвищення ефективності підприємств аграрного сектору країни.

Діяльність суб'єктів, що збирають, поєднують й перетворюють сільськогосподарські знання, комунікації в інноваційну практику, технології, повинні бути оснащені адекватним чином і отримувати підтримку з боку держави, щоб домогтись впливу в тому масштабі, який сьогодні потрібен. Необхідним є приватно-державне партнерство між агровиробниками та органами влади з метою:

- досягнення економії за рахунок масштабу в спільних проектах з формування та розвитку комунікаційних систем в аграрному секторі;
- стимулювання співробітництва, поширення комунікацій, знань і обміну досвідом між агровиробниками, країнами й регіонами;
- сприяння більш результативним спільним регіональним і субрегіональним дослідженням і зв'язкам для більш оптимального використання наявних ресурсів і посилення розвитку потенціалу в менш масштабних й більш слабких національних системах.

Висновки. При формуванні стратегії розвитку комунікаційних систем підприємств аграрного сектору країни слід враховувати необхідність комплексного, взаємодоповнюючого використання практики диверсифікації структури використовуваних засобів комунікації як основи побудови стратегії, яка має спиратись на певні, визначені принципи розвитку та забезпечувати підвищення рівня відкритості економіки підприємств, доступності інформації про них завдяки розвитку комунікацій.

Обґрунтовано необхідність особливої уваги з боку держави стосовно управління розвитком комунікаційних систем аграрних підприємств через те, що аграрний сектор є одним з найприоритетніших секторів економіки країни, як з точки зору його важливості для забезпечення продовольчої безпеки країни, так і з огляду на його високий експортний потенціал, проте аграрні підприємства мають найнижчий рівень доступу до мережі Інтернет і забезпеченість комунікаційними технічними засобами порівняно з іншими секторами економіки.