

ПОТЕНЦІАЛ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

С.С. Свірідова, кен., доцент

С.А. Толстова

Одеського національного політехнічного університету, м. Одеса

З метою досягнення безперервного зростання обсягів діяльності підприємство повинно формувати власну стратегію розвитку.

Стратегія підприємства – це процес формування генерального перспективного напрямку розвитку підприємства на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища та розробка комплексу заходів, які забезпечують їх досягнення

В умовах ринкових відносин діяльність кожного підприємства (товариства) залежить від конкурентного середовища і зміни кон'юнктури товарного ринку з метою досягнення безперервного зростання обсягів діяльності воно повинно формувати власну стратегію розвитку. Види стратегії та їх характеристика показана на рис.1 [3, с.261].

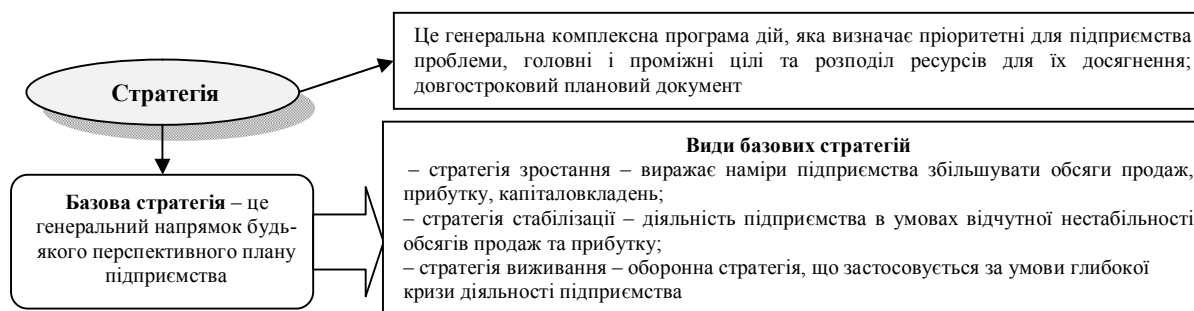


Рис. 1. – Види стратегії

У теорії менеджменту концептуально розробляються різні стратегії залежно від конкретної ситуації та обраної мети. Критеріями класифікації стратегій найчастіше виступають такі ознаки: рівень прийняття рішень; базова концепція досягнення конкурентних переваг; стадія життєвого циклу галузі; відносна сила галузевої позиції організації; міра агресивності поведінки організації в конкурентній боротьбі тощо [1,4, с.272].

Один із підходів передбачає класифікацію всіх стратегій за трьома ознаками, зокрема [4, с.272]:

- належність до п'яти основоположних стратегій досягнення конкурентних переваг (глобальні стратегії);
- належність до стратегій управління портфелем сфер бізнесу (портфельні стратегії);
- належність до стратегій, які використовуються залежно від зовнішніх та внутрішніх умов (функціональні) (рис. 2).



Рис. 2. – Основні стратегії підприємства

Для підвищення рівня конкурентоспроможності в аграрному виробництві необхідно передусім забезпечити внутрішню потребу країни в продуктах харчування на рівні раціональних норм, сформуванню необхідний експортний потенціал, а також підвищити ефективність виробництва за рахунок зниження собівартості продукції й підвищення прибутковості галузі. Розглянемо організаційно-економічні заходи підвищення ефективності аграрного виробництва (рис.3) [5, с.74–75].

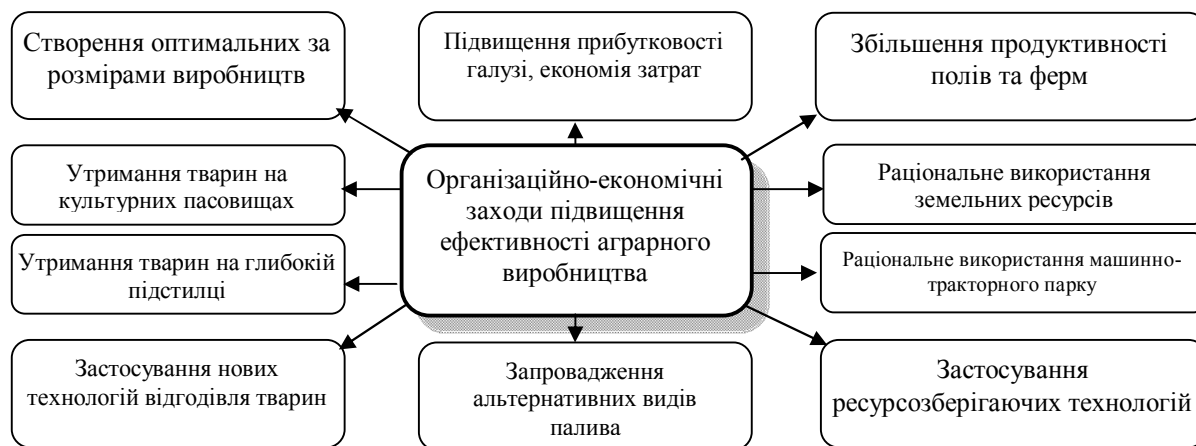


Рис. 3 – Організаційно-економічні заходи підвищення ефективності аграрного виробництва

Формування стратегії розвитку підприємства має базуватись на результатах системного аналізу впливу факторів його внутрішнього і зовнішнього середовища, що має розглядатись як двоїстий.

Реалізація стратегії розвитку має приводити до подолання і попередження виникнення криз на підприємстві. Оскільки криза має двоїстий характер: вона є наслідком протиріч на підприємстві та формою їх вирішення, стратегічне управління розвитком має бути націленим на розв'язання існуючих протиріч і передбачення (прогнозування) їх утворення [2, 6, с.112]. Отже, стратегії розвитку підприємства доцільно класифікувати за спрямованістю на такі, що направлені на вирішення протиріч між елементами внутрішнього середовища підприємства як системи та між його внутрішнім і зовнішнім середовищем

Таким чином, стратегія розвитку підприємства повинна бути взаємопов'язаною з стратегіями кожної ланки господарюючого суб'єкта. Базуючись на практиці зарубіжних підприємств та використовуючи адаптовані підходи стратегічного планування сільськогосподарські підприємства матимуть змогу стабілізувати свою діяльність та забезпечити успішний розвиток діяльності в цілому [7, с.316].

Література:

1. Бельтюков Є. А. Методологічні засади процесу формування потенціалу інноваційного розвитку промислового підприємства / Бельтюков Є. А., Черкасова І. В // Економіст.– 2013. – № 3. – С. 25-28.
2. Івашенко А.Г. Інноваційний потенціал машинобудівних підприємств та шляхи підвищення ефективності його використання/ А.Г. Івашенко // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – Луцьк, 2015. – Вип. 11. – С. 80-88.
3. Євчук Л.А. Стратегічне управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств, 2010. – С.260–340 .
4. Калінеску Т.В. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток, 2007. – С. 272 .
5. Кісіль М.Ю. Основні стратегії розвитку підприємств сільського господарства ,2011. – С. 74–75.
6. Мельничук А.Ю. Формування і реалізація стратегічного управління аграрними підприємствами як чинника підвищення їх конкурентоспроможності та сталого розвитку, 2009. – С.110–119.
7. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 316 .