

*Дігтяр І. В., Сарана А. О., здобувачі вищої освіти СВО Магістр,
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: д. е. н., професор Зось-Кіор М. В.
Вобла В. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
Спеціальність 073 Менеджмент
Науковий керівник: к. е. н., доцент Яснолоб І. О.*

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

Процес стратегічного планування й управління базується на використанні широкої палітри інформаційних джерел та інтенсивної аналітичної роботи, тому у розробці стратегії планування слід умовно виділити такі етапи: 1) стратегічний аналіз і прогностичне забезпечення; 2) визначення мети й завдань аграрного підприємства; 3) варіантне розроблення стратегії (власне стратегічне планування); 4) реалізація стратегії; 5) контроль за виконанням стратегії; 6) оцінювання і користування стратегічним планом.

Для підвищення ефективності аграрного підприємства необхідно обрати власну стратегію діяльності: поглибленого проникнення; розширення використання; розширення ринку. Вибір тієї чи тієї стратегії необхідно поєднувати з комплексом заходів, які дадуть змогу підприємству стати конкурентоспроможним [1].

Стратегічний розвиток має здійснюватися на засадах принципів: відповідальності органів влади; нарощення інвестиційного потенціалу та інноваційності; спеціалізації, кооперації, кластеризації, концентрації виробництва, використання енергозберігаючих технологій, нарощення експортного потенціалу; відповідності вимогам САП і СОТ, екологізації господарської діяльності, захисту й підтримки навколишнього природного середовища; спрямованості на соціальний захист і добробут селян, залучення зацікавлених сторін у досягнення цілей стратегічного розвитку аграрних підприємств.

Рівень ефективності окремих видів сільськогосподарської продукції є величиною змінною й утримання стратегічних позицій на ринку можливе лише за умови реалізації конкретного виду стратегій для кожного з виробництв:

1) для першої групи – стратегія утримання конкурентної переваги та її зміцнення за рахунок інтенсифікації виробництва та інноваційного підходу в управлінні підприємством;

2) для другої групи – стратегія зміцнення конкурентоспроможності за рахунок зростання виробничої ефективності, оптимізації використання ресурсів, диверсифікації ризиків, підвищення кваліфікації персоналу, розширення масштабів виробництва та представництва за межами країни;

3) для третьої групи – стратегія наслідування, орієнтована на вивчення позитивного досвіду, дослідження та аналіз ринків, подолання внутрішньогалузевих проблем спільно з органами місцевої та державної влади,

оптимізацію структури виробництва, підвищення якості продукції та зниження собівартості.

Окрім експортоорієнтованих галузей, пильної уваги щодо перспектив підвищення економічної ефективності діяльності потребують підприємства, що спеціалізуються на виробництві тих видів продукції, які не представлені в структурі експорту аграрної продукції. Зокрема йдеться про виробництво продукції скотарства, вирощування свиней, птиці. Загалом можна виділити такі завдання конкурентної стратегії аграрних підприємств, спрямовані на підвищення ефективності їх діяльності: випуск продукції згідно з кон'юнктурою ринку та з високим рівнем потенціалу; здійснення технологічних перетворень виробництва й адаптації інноваційно-інвестиційної діяльності до реальних умов з урахуванням базової конкурентної позиції підприємства на ринку та перспектив стратегій розвитку; досягнення певного виду витрат на виробництво продукції та пошук шляхів економії з метою забезпечення цінової конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках; підвищення якості продукції та забезпечення її відповідності міжнародним і вітчизняним стандартам; диверсифікація ризиків, пов'язаних зі здійсненням виробничої діяльності; досягнення рівня управління на підприємстві, здатного виконувати поточні і стратегічні завдання, пов'язані зі здійсненням діяльності; налагодження ефективного співробітництва через професійні спілки, торговельні об'єднання, участь у виставках, спрямованого на вивчення вимог і потреб партнерів, розширення ринків збуту продукції.

Розумне поєднання й використання компонентів цих наукових концепцій у методології стратегічного управління підприємством дасть змогу досягти бажаної стратегічної позиції на конкурентному ринку та певних довгострокових конкурентних переваг. Сучасна наука управління пропонує широкий спектр методів управління, зокрема, заснованих на таких сучасних підходах як синергетичний та рефлексивний [2]. Синергетичний підхід до управління є альтернативою кібернетичному, який передбачає створення таких умов діяльності системи, за яких вона була б життєздатною. При цьому вважається, що розвиток – це процес, який характеризує незворотну, спрямовану, закономірну зміну системи та є її універсальною властивістю. Розвиток економічної системи неможливий без відповідного потенціалу, зокрема ресурсного забезпечення та мотивації дій до розвитку.

Список використаних джерел:

1. Зось–Кіор М. В., Ільїн В. Ю., Жмурко І. О. Управління стратегією підвищення ефективності діяльності аграрного підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 40. С. 193–197.

2. Rossokha V., Mykhaylov S., Bolshaia O., Diukariev D., Galtsova O., Trokhymets O., Ilin V., Zos-Kior M., Hnatenko I., Rubezhanska V. Management of simultaneous strategizing of innovative projects of agricultural enterprises responsive to risks, outsourcing and competition. *Journal of Hygienic Engineering and Design*. 2021. Vol. 36. pp. 199-205.