

Арсений Никанюк, Никита Марза

(Республика Беларусь)

Научный руководитель М.М. Корсак, к.э.н., доцент

Белорусский государственный аграрный технический университет

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Основой успешной и прибыльной работы каждого предприятия является разработка стратегии его развития, предусматривающей оптимизацию организационных структур, управленческих схем, четкость поставленных предприятием целей, соответствующих требованиям экономической ситуации.

Стратегический план развития предприятия представляет собой документ, определяющий стратегию развития действующего предприятия на два или более года и содержащий обоснованный прогноз его деятельности в соответствующем периоде, включая оценку ожидаемых результатов и планируемые значения основных показателей деятельности предприятия, а также мероприятия, инструменты, ресурсы и условия их достижения.

Процесс формулирования стратегии, определения ее типа, реализации и контроля эффективности является весьма сложным и начинается с анализа окружающей среды, внутренних возможностей и всех факторов, влияющих на деятельность предприятия.

Факторы, влияющие на формирование стратегии предприятия, представляют собой среду его функционирования и могут быть классифицированы на две группы:

- факторы внутренней среды предприятия (микроокружение);
- факторы внешней среды предприятия (макроокружение).

Исходя из влияния факторов внутренней и внешней среды можно выделить следующие виды стратегий:

- по направленности выделяют стратегию, направленную на внешнюю среду (на определенные объекты и процессы микро- или макроокружения предприятия), и стратегию, направленную на внутреннюю среду (на определенные элементы, связи или структуру предприятия);

- по степени активности выделяют активную (наступательную) и пассивную (защитную, оборонительную) стратегии.

Каждая из этих стратегий основывается на адаптации к микро- и макроокружению. Первая стратегия направлена в большей степени на адаптацию к изменениям внешней и внутренней среды, к формированию новаторских взаимоотношений. Вторая стратегия концентрируется в большей степени на адаптации к поведению основных конкурентов.

Классический способ выбора направления реализации стратегии основывается на SWOT-анализе (анализе возможностей, угроз, сильных и слабых сторон предприятия).

Процесс разработки стратегии предприятия можно разделить на несколько этапов:

- определение миссии или основополагающего приоритета бизнеса предприятия, обеспечивающего ему конкурентные преимущества;
- выбор стратегических целей, призванных обеспечить реализацию миссии и удовлетворяющих комплексу требований: реалистичность; конкретность; измеримость; установление четкого графика реализации; системность и совместимость;
- выбор стратегии рыночного поведения или модели, согласно которой строятся отношения с контрагентами, действующими на рынке (клиенты, конкуренты, регуляторы и т.д.);
- оценка возможностей, угроз и внесение корректировок в стратегию организации;
- разработка стратегического плана с расчетом планируемых результатов деятельности предприятия.

Отличительными особенностями стратегии предприятия являются:

- разрабатываемая стратегия учитывает текущее состояние экономической конъюнктуры и современные тенденции рынка;
- в процессе разработки стратегии приходится пользоваться обобщенной, неполной информацией о различных альтернативах;
- в процессе выработки стратегии устанавливаются только общие направления, продвижение по которым обеспечит укрепление позиций предприятия;
- роль стратегии состоит в том, чтобы помочь сосредоточить внимание на приоритетных направлениях перспективного развития предприятия.

Стратегия любого предприятия состоит из двух частей: постоянная (основные положения и миссия) и динамически обновляемая

составляющая стратегии предприятия, которая представляет собой совокупность взаимозависимых стратегий второго порядка чувствительных к изменению окружающей среды.

Реализация разработанной и принятой стратегии способна повысить конкурентоспособность предприятия за счет создания принципиально новой концепции управления, направленной на совершенствование методов управления деятельностью предприятия и технологий работы с клиентами.

УДК 335.013.3

Юлия Пашенных

Российская Федерация

Научный руководитель А.В. Шаропатова, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ

МЕХАНИЗМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ АПК РОССИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ

АПК России сталкивается с комплексом вызовов: санкционное давление, климатические изменения, необходимость технологической модернизации и растущая конкуренция на мировых рынках. В таких условиях обеспечение конкурентной устойчивости требует системного подхода.

Конкурентная устойчивость это способность отрасли поддерживать и усиливать свои позиции на рынке в процессе адаптации к непостоянной конкурентной среде функционирования, несмотря на внешние и внутренние дисбалансы.

Развитие конкурентоспособности аграрного сектора зависит от ряда факторов, которые определяют его позитивное изменение:

- динамичное и эффективное развитие отраслей сельского хозяйства;
- максимальный учет природно-климатических факторов аграрного производства;
- оптимальное соотношение социально-экономической и биотехнологической подсистем;
- снижение напряженности на аграрном рынке труда;