

3. Создание нового рынка – МСП нуждаются в поддержке в расширении экспортных рынков, для создания новых рабочих мест и обеспечения роста экономики в Европе. Именно поэтому было введено в действие Акт «На пути к единому рынку», который имел целью обеспечить высокую конкурентоспособность социально ориентированной рыночной экономики (СОМ (2010) 0608), а также Акт II «Единый рынок» (СОМ (2012) 0573), определивший необходимость постоянного совершенствования рамочных соглашений по созданию единого рынка ЕС. Эти инициативы облегчили создание и функционирование малых и средних предприятий на внутреннем рынке.

4. Предпринимательство и инновации – наиболее успешные малые предприятия являются важнейшим источником развития инноваций, поэтому необходима всесторонняя поддержка сотрудничества между университетами и МСП для развития инноваций [3]. Новые акты и Директивы открыли возможность МСП получить инвестиционную помощь в размере до 7500000 евро для реализации инновационных проектов без необходимости утверждения этих проектов Комиссией.

Соответственно, для дальнейшего развития малого и среднего предпринимательства необходима адаптация европейских стандартов и программ к уже существующим в Украине, ведь передовой опыт развитых стран позволит ускорить процесс усовершенствования механизмов государственной поддержки предпринимательства.

Список использованной литературы

1. «Стратегия устойчивого развития «Украина – 2020» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
2. Чайкіна, А.О. Малий та середній бізнес як складова підприємницького потенціалу України / А. О. Чайкіна // Інноваційна економіка. – 2014. – № 5. – С. 135 – 140.
3. Euro commerce [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurocommerce.eu/policy-areas/smes.aspx#>.

УДК 658:43.029

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ЖИВОТНОВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Чикуркова А.Д., д.э.н., профессор,

Белко И.А.

*Подольский государственный аграрно-технический университет,
г. Каменец-Подольский*

Ключевые слова: стратегия, развитие, животноводство, прогноз.

Keywords: strategy, development, animal husbandry, forecast.

Аннотация: На основе анализа эффективности существующей системы стратегического управления отраслью животноводства в исследуемом

предприятию проведена разработка стратегии и рассчитаны показатели стратегического плана развития отрасли, реализация которых должна обеспечить развитие предприятия в современных рыночных условиях.

Summary: On the basis of analysis of the effectiveness of the existing live-stock sector strategic management system in the test held company strategy and calculated indicators of the strategic development plan of the sector, the implementation of which should ensure the development of the company in current market conditions.

Реформирование экономики Украины за годы независимости, которое осуществлялось без должного научного обоснования и анализа возможных последствий, привело к общему кризису в сельском хозяйстве и, прежде всего, отразилось на состоянии животноводства. Вследствие отсутствия эффективной системы государственного регулирования сельскохозяйственного производства и его централизованного материально-технического обеспечения, а также "правил игры" в условиях рыночной среды (при чрезвычайно низкой покупательной способности населения) в области животноводства произошло катастрофическое падение.

Исследованию различных аспектов стратегии развития предприятий аграрного сектора посвятили свои труды такие ученые, как И. Ансофф, П. Гайдук, А. Гальчинский, В. Гец, Б. Данилишин, П. Макаренко, Л. Мармуль, Л. Мельник, М. Мескон, В. Плаксиенко, П. Саблук и другие. Значительный вклад в изучение вопросов развития и эффективности функционирования отрасли животноводства внесли В. Амбросов, В. Аранчий, В. Месель-Веселяк, И. Топиха, С. Ярошенко и другие. В то же время многие вопросы, касающиеся формирования и разработке стратегии развития отрасли животноводства, остаются еще малоисследованными. Именно поэтому, по нашему мнению, нельзя утверждать об окончательном решении указанной выше проблемы.

Управление на основе стратегии (иначе говоря, стратегическое управление) имеет особенности по сравнению с другими разновидностями управления. Хотя это понятие уже стало широко применяемым, в своей эволюции оно приобретало неоднозначных толкований. Развитие его содержания происходило в направлении от представления о возможности через экстраполяции имеющихся отношений и взаимосвязей предприятия на будущее и предупреждения опасности во взаимодействии с внешней средой на основе стратегических планов к пониманию, что управленческие решения в современной конкурентной среде устаревают сразу же после их принятия [3, с. 4].

И. Ансофф отмечал, что стратегическое управление – это управление посредством выбора стратегических позиций; управления ранжированием

стратегических задач; управления на основе учета «слабых сигналов»; управления в условиях стратегических неожиданностей [1].

По мнению А. Виханского стратегическое управление – это процесс определения и формирования связи организации с ее окружением, состоящий в реализации выбранных целей и в попытках достичь желаемого состояния взаимоотношений с окружением посредством распределения ресурсов, позволяющего организации, и ее подразделениям эффективно и результативно действовать [4, с. 29].

В. Василенко отмечал, что стратегическое управление – это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие организации выживать в долгосрочной перспективе [2].

Формирование стратегии развития отрасли животноводства сельскохозяйственных предприятиях должно основываться на: обеспечении перманентного повышения качества продукции, ее привлекательности для потребителя; оптимизации предложения товаров и доступных потребителю цен; создании эффективной сбытовой сети на основе стабильных контактов с посредническими и перерабатывающими предприятиями; учета национальных особенностей и специфики запросов различных групп потребителей.

В большинстве сельскохозяйственных предприятий не имеет разработанной эффективной системы стратегического менеджмента, а существует лишь ориентация на размытые цели. Уровень стратегического управления в исследуемых нами предприятиях Хмельницкой области находится на низком уровне. В современных условиях его можно назвать удовлетворительным, поскольку он обеспечивает выживание хозяйств, однако, для дальнейшего развития аграрного сектора и их расширенного воспроизводства руководству предприятий необходимо главное внимание сосредоточить именно на стратегическом управлении.

На основе проведенного исследования выделены три основных вида стратегии развития аграрных предприятий, каждое из которых полностью обоснованная спецификой сельскохозяйственного производства:

- 1) стратегия роста (развития) отражает намерение предприятия увеличивать объемы производства, реализации, прибыли, капиталовложений;
- 2) стратегия стабилизации (устойчивости) характеризует стремление предприятия сохранить достигнутые объемы производства в условиях существенной нестабильности объемов реализации продукции и прибыли;
- 3) стратегия выживания – оборонительная стратегия в условиях глубокого кризиса аграрного производства.

Стратегию развития можно реализовать на основе анализа таких возможностей: интенсивного развития, или интенсификации усилий предприятия в пределах его деятельности; интеграционного развития, или

расширение деятельности предприятия за контроль или присоединения к нему других предприятий; диверсификации, или расширение сфер деятельности предприятия на рынках новых видов продукции за пределами конкретной отрасли. По результатам проведенного анализа нами предложено проводить формирование стратегии развития отрасли животноводства в сельскохозяйственных предприятиях в трех основных направлениях: развитие и совершенствование маркетинговой деятельности, в том числе с использованием современных методов разработки маркетинговых конкурентных стратегий; совершенствования системы стратегического управления качеством производства продукции животноводства, с охватом всех стадий жизненного цикла продукции; совершенствование организационно-технологических аспектов производства с учетом современных подходов по уменьшению расходов совокупной энергией и ресурсов в процессе производства продукции, использование новых сортов растений в кормопроизводстве и пород животных.

Основной причиной сокращения поголовья скота на сельскохозяйственных предприятиях и уменьшение производства продукции является незаинтересованность товаропроизводителей в развитии животноводства (из-за значительной убыточности всех его отраслей). Главным направлением повышения эффективности продукции животноводства должна стать налаженная на высоком уровне маркетинговая деятельность, задачей которой является повышение заинтересованности работников в эффективном использовании ресурсов и улучшение состояния реализации продукции, укрепление материально-технической базы перерабатывающих предприятий, развитие инфраструктуры рынка, организация рекламы.

Для решения проблем эффективного развития стратегического менеджмента в сельскохозяйственных предприятиях необходимо осуществить следующие стратегические меры:

1. Определение возможностей и осуществления мероприятий, направленных на совершенствование организационных структур и управления хозяйств; использование современных инновационных подходов ведения бизнеса;

2. Улучшение землепользования, структуры посевов и использования лучших предшественников для повышения эффективности отрасли растениеводства и обеспечения сохранения и улучшения земельных ресурсов, в том числе с точки зрения экологического состояния территорий; определение и реализацию мероприятий по повышению плодородия почв;

3. Распространение современных технологий производства продукции растениеводства, в частности с использованием геоинформационных технологий и точного земледелия, обеспечения оптимального возделывания почвы, внесения минеральных удобрений, мелиорации, использования средств защиты растений и биологических препаратов;

4. Повышение уровня обеспеченности производителей материально-техническими ресурсами (техникой, минеральными удобрениями, средствами защиты растений и т.п.) как отечественного, так и зарубежного производства, в частности из-за снижения (устранения) импортных пошлин на отдельные виды ресурсов, налоговые льготы, развитие обеспеченности производителей продукции растениеводства целевыми кредитными ресурсами;

5. Улучшение качества продукции растениеводства, в частности путем повышения обеспеченности хозяйств качественными семенами, новейшими сортовыми ресурсами (с соответствующей компенсацией затрат на их приобретение), информирования производителей продукции растениеводства о потребностях рынка, в частности мирового;

6. Усовершенствование систем стандартизации, сертификации и контроля качества продукции растениеводства в соответствии с требованиями мирового рынка и европейских интеграционных намерений Украины;

7. Научно-методическое обеспечение, развитие связей научных, учебных, общественных и совещательных организаций с предприятиями; изучение и обеспечение потребностей отрасли в качественных трудовых ресурсах; усиление роли частного и общественного секторов при разработке и реализации регуляторных документов;

8. Развитие инфраструктуры рынка продукции растениеводства Украины, систем хранения и транспортировки продукции растениеводства, в частности через тарифы на перевозку, углубление припортовых акваторий, развитие альтернативных путей перевозки, оптимизацию работы каналов сбыта продукции, поддержки экономических механизмов, стимулирующих модернизацию и обновление основных фондов предприятий элеваторной отрасли;

9. Распространение информационно-коммуникационных технологий, в частности путем создания систем мониторинга рынка продукции растениеводства, изучения и оперативного распространения информации о состоянии и тенденциях развития мирового и регионального рынков продукции растениеводства, внедрение космического наблюдения за состоянием посевов для прогнозирования и оценки урожая, подготовки, официального обнародования и использования при принятии государственных решений межотраслевого согласованного прогнозного баланса рынка продукции растениеводства;

10. Развитие маркетинга продукции растениеводства, в частности путем устранения препятствий для экспорта ее к границе, на границе и за рубежом; распространение мировой практики торговли продукцией растениеводства, в том числе через доступ к международным стандартам;

11. Совершенствование государственного регулирования рынка продукции растениеводства, внесение изменений в законодательные и нормативно-правовых документов, в частности относительно интервенционных

и других регулирующих мероприятий, налоговой, тарифной, таможенной и торговой политики;

12. Улучшение механизмов государственной поддержки участников рынка зерна в соответствии с требованиями Всемирной торговой организации; определения возможностей и осуществления мер изменения ценовой поддержки на прямую поддержку согласно международного опыта;

13. Улучшение имиджа украинской продукции растениеводства на мировом рынке, широкое информирование о качественных характеристиках продукции ведущих импортеров украинской продукции растениеводства;

14. Обеспечение высокой инвестиционной привлекательности отрасли растениеводства, создание благоприятных условий для привлечения международных и отечественных финансовых и кредитных ресурсов;

15. Развитие международного сотрудничества, активное участие в работе организаций мирового рынка продукции растениеводства;

16. Обеспечение стабильности и прогнозируемости государственной политики по отношению к рынку продукции растениеводства, контроля неуклонного выполнения требований действующего законодательства органами исполнительной власти всех уровней;

17. Разработка и реализация мероприятий, направленных на обеспечение дотациями незащищенных слоев населения с целью создания условий для постепенной либерализации рынков продуктов переработки продукции растениеводства.

Итак, по нашему мнению, стратегическое управление предприятием сегодня следует рассматривать как такое управление, которое, опираясь на персонал, ориентирует предприятие на гибкое регулирование своего поведения для достижения конкурентных преимуществ на рынке и стратегических целей в долгосрочном периоде.

Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод, что в дальнейшем для эффективного развития сельскохозяйственного производства, необходимо создать такую систему стратегического управления, которая в первую очередь обеспечивала достижение стратегических целей организации и учитывала особенности аграрной экономики. Учитывая это, перспективным направлением исследований является разработка концептуальных основ стратегического управления развитием аграрных предприятий.

Список использованной литературы

1. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.
2. Василенко, В.А. Стратегическое управление: [учеб. пособие.] / В.А. Василенко, Т.И. Ткаченко – М.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
3. Вейл, П. Искусство менеджмента / П. Вейл // В кн.: Д.Я. Райгородский Психология управления. – Самара: Изд. Дом "Бахрах-М", 2005. – 768 с.
4. Виханский, О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1995. – 296 с.