

- эффективный мониторинг мастита при доении;
- уникальный комплекс оборудования для обеспечения контроля качества молока (третья группа проблем является условной, так как осуществляется получение молока наивысшего качества, в основном, для детского питания; молоко более низкого качества «отбраковывается» в другие емкости);
- усиление внимания к здоровью и комфортным условиям содержания животных.

Список использованной литературы

1. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статистический сборник. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2016. – 230 с.
2. Государственная программа «Энергосбережение» на 2016-2020 годы: Постановление СМ РБ от 28 марта 2016 г. № 248 – 68 с.
3. Энергосберегающие технологии в АПК / Коротинский В.А. – Минск: БГАТУ 2014 – 142 с.
4. LELY ASTRONAUT Роботизированная доильная система: [сайт]. [2017]. URL: www.lely.com (дата обращения: 06.04.2017).

УДК 338.2

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ АПК НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Корсак М.М., к.э.н., доцент

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск*

Сурдо А.П.

УО «Белорусский государственный университет», г. Минск

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, конкурентные преимущества, конкурентоспособность предприятия, эффективность управления, стратегия, стратегическое планирование, сегменты рынка.

Keywords: agro-industrial complex, competitive advantages, enterprise competitiveness, management efficiency, strategy, strategic planning, market segments.

Аннотация: Конкурентоспособность предприятий определяется эффективностью управления экономикой. Реализация разработанного и принятого стратегического плана способна обеспечить предприятию конкурентные преимущества на рынке. Это осуществляется в результате создания принципиально новой концепции управления, направленной на совершенствование методов управления деятельностью предприятия и

практик взаимодействия с клиентами, учитывающих текущее состояние экономической конъюнктуры и тенденции рынка.

Summary: The competitiveness of enterprises is determined by economic management efficiency. The implementation of the developed and accepted Strategic plan is able to provide competitive advantages for the company in the market. It is achieving as a result of the creation of a fundamentally new management concept which aim is to improve methods of managing the activities of the enterprise and practices of interaction with the client, taking into account the current state of the economic situation and market trends.

Одной из основных проблем экономического развития Республики Беларусь является конкурентоспособность предприятий, в том числе предприятий агропромышленного комплекса (АПК). Решить данную проблему можно только в результате повышения эффективности управления экономикой. На данное обстоятельство указывается в «Государственной программе развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы» а также в Указе Президента Республики «О мерах по повышению эффективности социально-экономического комплекса Республики Беларусь», где отмечается что «Конкурентоспособность предприятий определяется эффективностью управления этими предприятиями, стратегическим планированием и реализацией разработанных стратегий» [1, 2].

В этих условиях насущной необходимостью становится разработка стратегии развития предприятия, от стабильной работы которых в значительной степени зависит успех деятельности АПК в целом.

Четкость поставленных предприятием целей, соответствующих требованиям экономической ситуации, отражение их в стратегии развития, разработка эффективных механизмов функционирования предприятий становятся основой успешной и прибыльной работы каждого предприятия АПК.

Систематизация существующих в экономической литературе точек зрения ведущих ученых (И. Ансофф, С.Л. Брю, Р.В. Дорнбуш, К.Р. Макконнелл, Г. Саймон, Дж. Сарразин, К. Сноу, Й. Шумпетер, С.Ю. Фишер, С.В. Есенский, О.И. Лаврушин, С.А. Левин, А.В. Лукьяненко, А.Е. Рутковский, О.В. Тарасов, А.О. Тихонов, А.И. Ильин и др.) позволяет сделать вывод, что определение понятия «стратегия» развивалось и менялось одновременно с изменением понимания целей деятельности предприятия [3, 4, 5].

В экономической литературе существует множество определений понятия «стратегия». Автор одной из первых работ в области стратегического планирования А.Д. Чандлер ввел понятие стратегии как «определение основных долгосрочных целей и задач предприятия, утверждение курса действий и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей» [4].

По нашему мнению, стратегия предприятия представляет собой логическую систему мер, с помощью которых предприятие надеется выполнить свои задачи. Она состоит из отдельных стратегий для целевых рынков, позиционирования, связанных с прибыльностью, ликвидностью, рисками, анализом рынков, конкурентов, потребителей. Стратегия уточняет сегменты рынка, на которых может действовать предприятие. Сегменты различаются по продуктам, потребностям, по реакции потребителей, по прибыльности.

Разрабатывая стратегию предприятие сосредотачивает внимание на том, какие сегменты развивать, как оценить имеющиеся возможности, сильные стороны и соотнести их с теми задачами, которые стоят перед предприятием на каждом целевом сегменте.

Стратегия любого предприятия состоит из двух частей: постоянная (миссия и видение) и динамически обновляемая составляющая стратегии предприятия, которая представляет собой совокупность взаимозависимых стратегий второго порядка чувствительных к изменению окружающей среды.

Стратегия предприятия – предполагает долгосрочный комплексный план действий, направленный на достижение миссии организации и представляет собой интегрированную совокупность решений, направляющих и формирующих последующие действия предприятия, поддающиеся корректировкам после принятия, оказывающих решающее влияние на достижение предприятием своих стратегических целей.

Стратегия представляет собой план, совокупность действий, предусматривающих достижение определенных параметров конкурентной эффективности, отражающих перспективную конкурентную позицию предприятия и ориентированных на долговременное сохранение способности генерировать доход в условиях конкуренции.

Разработка стратегии предприятия – это нахождение путей наиболее эффективного достижения принятой основной цели предприятия. При этом следует определить: направления, средства и принципы нашей деятельности; взаимоувязанную систему частных целей, обеспечивающих, в совокупности, достижение принятой основной цели предприятия; программу достижения поставленных частных целей. Как только мы сделаем это, мы и разработаем стратегию предприятия.

Отличительными особенностями стратегии предприятия являются:

- процесс выработки стратегии не завершается каким-либо немедленным действием; устанавливаются лишь общие направления, продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций предприятия;
- роль стратегии состоит в том, чтобы помочь сосредоточить внимание на приоритетных направлениях;
- в ходе формулирования стратегии нельзя предвидеть все возможности (которые откроются при составлении плана конкретных мероприятий) и по-

этому приходится пользоваться обобщенной, неполной информацией о различных альтернативах.

Стратегии конкретизируются в стратегическом плане развития предприятия, который представляет собой документ, определяющий стратегию развития действующего предприятия на два или более года с учетом достигнутых результатов на момент разработки плана 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.

Стратегическое планирование, как правило, ориентировано на долгосрочную перспективу и определяет основные направления развития предприятия. Посредством стратегического планирования принимаются решения о том, как повысить конкурентоспособность, расширить деятельность в области бизнеса, создать новые сферы бизнеса, стимулировать процесс удовлетворения нужд потребителей, какие усилия следует предпринять для удовлетворения рыночного спроса, на каких рынках лучше действовать, какую продукцию выпускать или какие услуги оказывать, с какими партнерами вести бизнес.

Основная цель стратегического планирования состоит в создании потенциала для выживания предприятия в условиях динамично изменяющейся внешней и внутренней среды, порождающей неопределенность перспективы. В результате стратегического планирования предприятие ставит перспективные цели и вырабатывает средства их достижения.

Процесс стратегического планирования можно разделить на несколько этапов:

1. определение видения и миссии организации или основополагающего приоритета бизнеса предприятия, обеспечивающего ему конкурентные преимущества;

2. определение целей и задач организации, призванных обеспечить реализацию миссии и удовлетворяющих комплексу требований: реалистичность; конкретность; измеримость; установление четкого графика реализации; системность и совместимость;

3. анализ внутренней и внешней среды организации, включающий в себя анализ сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз на основании сбора внутренней и внешней информации;

4. анализ стратегических альтернатив (концентрации, интеграции, диверсификации, сокращения);

5. выбор одной из альтернативных стратегий и ее проработка;

6. подготовка окончательного стратегического плана с расчетом планируемых показателей внешней и внутренней среды, ресурсов, финансовых показателей деятельности предприятия);

7. среднесрочное планирование: подготовка среднесрочных планов и программ;

8. разработка годовых оперативных планов и проектов на основе стратегического плана и результатов среднесрочного планирования;

9. реализация планов и контроль результатов.

Стратегический план предприятия – это интегрированная совокупность решений, направляющих и формирующих действий предприятия, поддающихся корректировкам после принятия, оказывающих решающее влияние на достижение предприятием стратегических целей.

Стратегическое планирование представляет собой непрерывный процесс определения целей и составления стратегического плана развития предприятия с контролем их выполнения, корректировкой и актуализацией с учетом изменяющихся условий на основе анализа стратегических позиций, исследования внутренних и внешних факторов и действий, которые могут привести к достижению и развитию конкурентных преимуществ, и обеспечить устойчивое функционирование и развитие предприятия.

Стратегический план предприятия должен быть разработан так, чтобы не только оставаться целостным в течение длительного периода времени, но и быть достаточно гибким, чтобы при необходимости можно было осуществить его модификацию, переориентацию и внесение необходимых корректировок с учетом постоянно меняющейся деловой и социальной обстановки.

В целом процесс стратегического планирования представляет собой замкнутый цикл с прямой (от разработки стратегии к определению стратегических, тактических, оперативных планов до их реализации и контроля) и обратной (от учета результатов выполнения планов к переформулированию планов) связию.

Реализация разработанного и принятого стратегического плана способна обеспечить предприятию конкурентные преимущества на рынке за счет создания принципиально новой концепции управления, направленной на совершенствование методов управления деятельностью предприятия и технологий работы с клиентами, учитывающей текущее состояние экономической конъюнктуры и современные тенденции рынка.

Список использованной литературы

1. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь 11.03.2016 № 196.

2. О мерах по повышению эффективности социально-экономического комплекса Республики Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь № 78 от 23.02.2016г.

3. Личко, К.П. Прогнозирование и планирование развития агропромышленного комплекса // К.П.Личко; 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Экономика, 2013. – 412 с.

4. Пирс, Дж., Робинсон, Р. Стратегический менеджмент; 12-е изд. – СПб: Питер, 2013. – 560 с.

5. Воробьев, И.П. Планирование на предприятиях отрасли / И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова. – Минск : Белорусская наука, 2015. – 199с.