

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРЕДОВОГО ОПЫТА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

В современных условиях особую актуальность приобретают проблемы стратегического планирования предприятия, от стабильной работы которого в значительной степени зависит успех деятельности АПК в целом. Для разработки эффективной стратегии деятельности предприятия целесообразно систематизировать накопленный мировой опыт по решению данной проблемы.

Исследование взглядов ведущих ученых-экономистов в области стратегического планирования можно выделить различные подходы к классификации стратегий.

С позиции эффективности производства в мировой экономической литературе выделяют *два типа хозяйственных стратегий*:

1. Стратегии, направленные на получение долгосрочной прибыли, повышение устойчивости финансового положения фирмы, ее конкурентоспособности в течение относительно длительного периода времени: *инновационное программирование* НИОКР – создание и внедрение прогрессивных технологий и разработку принципиально новых видов продукции более высокого качества, не имеющих аналогов на рынке; *расширение доли рынка* повышение эффективности производства за счет более высокой доли вновь созданной стоимости (условно чистой продукции) в общем объеме реализованной продукции; ускорения оборачиваемости капитала фирмы; повышения качества продукции и уровня обслуживания потребителей; снижения расходов, связанных с реализацией продукции; *минимизация издержек производства* – рост прибыли за счет снижения затрат труда, применения более производительного оборудования, более экономичных видов сырья, экономии на масштабах производства.

2. Стратегии, направленные на оптимизацию текущих финансовых показателей, максимизацию краткосрочной прибыли: *стратегия*

максимизации (искусственного завышения) издержек производства – рост издержек производства при слабой внутриотраслевой конкуренции включается в цену и перекладывается на потребителя; *имитационное программирование* НИОКР – обновление ассортимента за счет «косметических» улучшений уже имеющихся на рынке продуктов (упаковка, цвет, дизайн и т.п.); *стратегию манипулирования* портфелем вложений капитала путем операций с ценными бумагами на фондовой бирже.

При проектировании *внешней среды* выделяют 4 базовые конкурентные *внешние экономические стратегии* на основе сложившихся школ экономических стратегий:

нишевая (пациентная) – «лисы» предполагает ограничение объемов производства продукции при резком повышении ее качества. Эта стратегия стремится сформировать нишу на рынке для своего потребителя со специфическими потребностями;

силовая (виолентная) – «львы», «слоны» предполагает ограничение объемов производства продукции при резком повышении ее качества. Эта стратегия стремится сформировать нишу на рынке для своего потребителя со специфическими потребностями;

пионерская (эксплерентная) – «ласточки» ориентирует организацию на широкое развитие научно-технического прогресса, внедрение инноваций, стимулирование спроса на рынке на принципиально новые товары и услуги;

приспособительная (коммутантная) – «мыши» предполагает быструю приспособляемость к меняющимся запросам рынка.

При проектировании *внутренней среды* организации выделяют следующие основные *внутренние экономические стратегии*:

Стратегию ограниченного роста используется с устойчиво работающими, успешными организациями, которые имеют высококвалифицированный менеджмент, хорошие технологии и ресурсы, сложившийся производственный потенциал. Стратегическое планирование осуществляется «от достигнутого».

Стратегия роста предполагает резкий рост объема производства продукции и оказания услуг, требует высший уровень менеджмента. Возможны изменение специализации производства, переход на новое качество товаров, выход на новые рынки сбыта или расширение существующих. Стратегическое планирование при этом осуществляется на основе системы экономических и социальных стратегических прогнозов.

Стратегия сокращения при которой организация вынуждена корректировать стратегические цели в сторону уменьшения объемов производства и оказания услуг, может быть прекращена деятельность.

Проведенный нами критический анализ применяемых в мировой экономической практике стратегий предприятий позволяет утверждать, что профессиональные специалисты в области стратегического планирования успешно используют на практике достижения всех мировых школ, с целью предусмотреть в стратегии готовность предприятия к постоянной трансформации, способности в кратчайшие сроки выходить на наиболее перспективные сегменты рынка и динамично модифицировать существующий продуктовый ряд, каналы продаж и клиентские сегменты.

УДК [338.439.4+338.439.63]:637.5(476)

Алена Урбанович
(Республика Беларусь)

Научный руководитель А.В. Грибов, к.э.н., доцент
УО «Гродненский государственный аграрный университет»

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ МЯСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Мясная промышленность является основополагающей составляющей агропромышленного комплекса (далее – АПК) Республики Беларусь, играя ведущую роль в экономической стабильности страны. При этом обеспеченность мясом – один из важнейших показателей продовольственного благосостояния государства, так как мясные продукты занимают важное место в питании населения. В данном контексте необходимо проанализировать динамику развития мясной промышленности в Республике Беларусь.

Цель данного исследования заключается в проведении анализа производства и потребления мяса в Республике Беларусь.

Анализ динамики показателей производства мяса за 2015–2019 гг. показал благоприятную тенденцию роста объемов мясной продукции.