

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «АВАНГАРД»)

Вінницький національний технічний університет

Анотація

На прикладі ПАТ «Авангард» розглянуто використання основних інструментів при виборі стратегії та її подальшій реалізації. На основі матриці І. Ансоффа запропоновано ряд заходів щодо стратегічного виходу на нові ринки, збільшення прибутку ПАТ «Авангард».

Ключові слова: стратегічний менеджмент, планування, маркетинг, збільшення прибутку, нові ринки, конкурентна перевага, аграрна галузь.

Abstract

The paper considers a set of primary tools for strategy selection and its further implementation with regard to PJSC "Avangard". On the basis Ansoff Matrix there have been suggested a number of strategies in order to enter new markets and increase profit for PJSC "Avangard".

Keywords: strategic management, planning, marketing, profit increase, new markets, competitive advantage, agricultural sector.

Вступ

Одним з найбільш значущих елементів ефективної підприємницької діяльності є розробка та імплементація концепції стратегічного менеджменту в управлінні підприємством. Для того, щоб добре пристосовуватися до умов, що диктує сучасний ринок, менеджмент повинен мати чіткі цілі, бачення, свою місію, цінності, що відповідають інтересам усіх стейкхолдерів, і розроблені на їх основі стратегічні принципи.

Питання сутності та застосування системи стратегічного менеджменту були розглянуті такими науковцями, як І. Ансофф, Р. Акофф, А. Томпсон, А. Дж. Стрікленд, М. Портер. Теоретичною та методологічною основою досліджень також стали фундаментальні положення економічної теорії, законодавчі та нормативні акти України, монографії.

Результати дослідження

Стратегічний менеджмент - це управлінська діяльність по опрацюванню і реалізації рішень, які направлені на повне та ефективне використання наявних ресурсів, спрямованих на виконання завдань поставлених перед організацією на перспективу.

Вивчаючи стан аграрних підприємств стало зрозуміло, що підвищення ефективності їхньої діяльності є можливим при системному стратегічному менеджменті всіма ланками, що об'єднують у собі: виробництво, переробку, інфраструктуру, науку, кадри на основі ринкової концепції управління [1].

Першим рішенням при стратегічному плануванні є вибір цілей. Основна довгострокова ціль підприємства – це його місія. На її основі складаються стратегічні цілі підприємства. Після визначення місії переходять до діагностики стратегічного планування, першим та найбільш важливим етапом якого є ознайомлення із зовнішнім середовищем діяльності підприємства. Наступним кроком йде вибір генеральної стратегії, далі аналіз стратегічних альтернатив, розробка функціональних та ресурсних субстратегій.

Базові стратегії поділяються на [2]:

- стратегія зростання (виражає наміри підприємства збільшити обсяги продаж, прибутку, капіталовкладень тощо.);

- стратегія стабілізації (діяльність підприємства в умовах відчутної нестабільності обсягів продажу та прибутку);
- стратегія виживання (оборонна стратегія, що застосовується за умови глибокої кризи діяльності підприємства).

Після затвердження стратегічних та тактичних цілей, відділ стратегічного менеджменту (office of strategic management) переносить цілі на стратегічну карту підприємства та доносить до інших підрозділів їхні стратегічні цілі на певний відрізок часу. Також стратегічний відділ отримує звіти по проведеній діяльності від усіх відділів для формування комплексного бачення реалізації стратегічних рішень у компанії для всіх її підрозділів [3].

На ПАТ «Авангард» виконання поставлених завдань може бути реалізовано через використання матриці І.Ансоффа, хоча є й багато альтернатив, таких як: матриця Мак Кінсі "Дженерал Електрик", матриця БКГ і т.д. [4].

Враховуючи, той факт, що підприємство має велику частку ринку, логічно буде продовжувати розвивати ринок. Відкриття фірмового магазину допоможе збільшити продажі та зменшити період обігу капіталу; також пропонується диверсифікувати бізнес через входження в нову підприємницьку сферу аграрного спрямування: розведення та продаж індиків.

Висновки

Запровадження стратегічного підходу в менеджменті на вітчизняних підприємствах сприятиме швидшому досягненню поставлених поставлених цілей. Розвиток системи стратегічного управління аграрними підприємствами, на прикладі ПАТ «Авангард», заснований на повному використанні конкурентних переваг, кадрового потенціалу, створенні іміджу галузей, що призведе до зростання ефективності діяльності аграрних підприємств. Для визначення та реалізації необхідних стратегій доцільно скористатися матрицями І.Ансоффа; Мак Кінсі "Дженерал Електрик", БКГ тощо.

Список використаної літератури

1. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: [підручник] / І. А. Ігнат'єва. – К.: Каравела, 2012. – 480 с.
2. Калиніченко Ю. Стратегічний розвиток підприємства: теоретичні та практичні аспекти / Ю. Калиніченко // Галицький економічний вісник. — 2010. — №4 (29). — С.106-115
3. Виханський О.С. стратегічне управління: [посібник] / О.С. Виханський. – М.: Гардарики, 2007. – 296 с.
4. Кернасюк Ю. Птахівництво – ефективна сфера агробізнесу [Електронний ресурс] / Ю. Кернасюк – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyigektar/2972-ptakhivnytstvo-efektivna-sfera-agrobiznesu.html> вільний.

Андрій Юрійович Іорданов — студент групи МОЗ-16м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, e-mail: roosrvelt18a@gmail.com

Науковий керівник: **Несен Леонід Миколайович** – к.т.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Iordanov A.U. — Faculty of management and informational security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: roosrvelt18a@gmail.com

Supervisor: **Nesen L.M.** – PhD in Eng., docent, docent of Management, Marketing and Economics Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia