

УДК 339.13

Строценъ Людмила

Strotsen Liudmyla

Науковий керівник: к.е.н. доцент Краузе О.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО
УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ
INFORMATION PROVIDER OF STRATEGIC MANAGEMENT OF
AGRICULTURAL MACHINERY ENTERPRISES**

За умов насиченої конкуренції на ринку сільськогосподарського машинобудування підприємствам, з метою ефективного управління, доводиться ретельно вивчати зовнішнє середовище та шляхи найкращої реалізації сільськогосподарської техніки. Для вирішення даних питань керівникам сільськогосподарських машинобудівних підприємств необхідно володіти максимально насиченою інформацією стосовно таких елементів як: фінансові результати організації, товари-конкуренти, потреби споживачів, ціни на ринку певного товару та інші. Завдяки інформації зібраної з усіх можливих джерел, забезпечується ефективно стратегічне управління машинобудівним підприємством, у тому числі збутова політика та управління споживчим попитом.

Інформація, яка аналізується, може надходити із зовнішнього та внутрішнього (формується на основі даних підприємства-виробника) середовища. Зовнішня інформація включає законодавчі акти, огляд ринку сільськогосподарського машинобудування, статистичні дані, аналіз роботи конкурентів та інше. Процес здійснення контролю за інформацією та її аналіз простіше виконувати з джерел первинної інформації, а саме наказів, розпоряджень, кадрового та бухгалтерського обліку. Але не уся

інформація приносить користь для керівників сільськогосподарських машинобудівних підприємств, тому для швидкого реагування на певну ситуацію необхідно виділити пріоритетні напрями її збору.

За словами Наумова М.О. наявність системи інформаційного забезпечення стратегічного планування є фактором підвищення ефективності інноваційної діяльності [1, с. 17]. Варто погодитись з автором, адже науково технічний прогрес диктує свої умови, за яких підприємствам сільськогосподарського машинобудування необхідно створювати та удосконалювати інформаційні технології власних організацій, що слугуватиме кроком до випередження конкурентів на основі удосконалення збутової політики. Маркетинговий відділ сільськогосподарського машинобудівного підприємства повинен володіти достатньою інформацією про власних клієнтів. Споживач повинен бути проінформований стосовно сільськогосподарської техніки, що реалізує підприємство, а воно, у свою чергу, задовольняти потребу клієнта. Таким чином планується збутова політика та канали просування товару.

Отже, недостатнє інформаційне забезпечення негативно впливає на збутову політику організації. Усі сільськогосподарські машинобудівні підприємства хочуть отримувати максимальний прибуток від власної діяльності, тому важливою складовою стратегічного управління є ефективне використання інформації та створення передового інформаційного забезпечення.

Перелік посилань:

Наумов М. А. Информационное обеспечение стратегического планирования в инновационной организации : автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. эк. наук : спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством: менеджмент" / Наумов Михаил Александрович – Сургут, 2012. – 21 с.