

УДК 658

Василишин Т.– ст. гр. БМм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МОДЕЛІ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЛЯ АГРОПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гевко О.Б.

Сучасний етап розвитку економіки характеризується посиленням рівня конкуренції на ринках, швидкими темпами зростання змін у зовнішньому середовищі, інформатизацією суспільства, та факторами глобалізації. Значний вплив на ситуацію в ринковому просторі здійснюють кризові явища, наслідки яких відчувають підприємства практично усіх сфер діяльності, в тому числі і АПК. В цих умовах значно підвищується роль стратегії, яка забезпечує пріоритетні напрямки розвитку підприємства. Однак для того, щоб розроблена стратегія була успішно реалізована, потрібно прикласти значних зусиль до вдосконалення самого процесу її вибору.

Найбільш відомими моделями, які використовуються в процесі розроблення стратегій є: SWOT-аналіз (аналіз можливостей та загроз зовнішнього середовища, а також сильних і слабких сторін підприємства); SPACE (модель оцінювання стратегічної позиції і дій); BSC – (збалансована система показників); BCG (аналіз темпів росту ринку і відносної частки підприємства на ринку(Бостонської консалтингової групи)); GE/McKinsey (аналіз порівняльної привабливості ринку та конкурентоспроможності бізнесу); Shell/DPM (аналіз привабливості галузі та конкурентної позиції); матриця Ансоффа (аналіз стратегії по відношенню до ринків та продуктів); ADL/LC (аналіз життєвого циклу галузі та відносного становища на ринку).

Для визначення стратегії сільськогосподарського підприємства, незалежно від рівня розроблення ринкової стратегії та аналізу конкурентних переваг доцільно використати декілька методів, які дозволяють визначити конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції підприємства. До таких методів віднесемо SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, теорію конкурентних переваг М.Портера, матриця BSC, що дозволяють проаналізувати зовнішнє і внутрішнє середовище та сформувані систему стратегічних рішень.

Всебічний аналіз ситуації в АПК та на аграрних підприємствах дає змогу виділити фактори, які потрібно враховувати при виборі стратегії сільськогосподарського підприємства, а саме: цілі організації, пріоритети керівництва, розмір організації, конкурентні переваги організації, фінансові ресурси організації та зобов'язання фірми, стадія життєвого циклу підприємства та особливості продукції, привабливість ринку, стан ринку та позиція організації на ньому, рівень і ступінь концентрації зусиль у сфері НДДКР, стратегії конкурентів, стратегічний потенціал організації, критерії розподілу ресурсів і сформована структура капіталовкладень виробленої продукції, витрати на виробництво та збут продукції, кваліфікація працівників, ступінь залежності від зовнішнього середовища, фактор часу тощо.

В основу вибору базової ринкової стратегії аграрного підприємства необхідно покласти дослідження стану галузі і конкурентних переваг продукції за показником "ціна-собівартість", інтересів і ставлення вищого керівництва, наявних фінансових ресурсів та доступність їх залучення, кваліфікації працівників, зобов'язань фірми і впливу зовнішніх чинників, часовий фактор. Рішення про те, яку стратегію обрати, повинно прийматися на підставі оцінки зовнішнього, проміжного та внутрішнього середовища підприємства, отриманої в результаті досліджень, інакше стратегія може виявитися нежиттєздатною.