

УДК 631.153

Плотніченко С.Р., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
Гаврилюк І.І, к.е.н
Львівський національний аграрний університет

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПРИ ВИХОДІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Анотація. Розглянуто стратегії поведінки підприємств на ринку та особливості виконання стратегічного планування з визначення внутрішніх і зовнішніх чинників, які впливають на діяльність організації. Стратегічне планування є важливим елементом у системі управління аграрним підприємством при виході на зовнішні ринки. Метою планування є забезпечення потенціалу майбутньої успішної діяльності й досягнення поставлених довгострокових цілей підприємства.

Ключові слова: Стратегічне планування, ринок, аграрний сектор, управління, підприємство.

Актуальність проблеми. Стратегічне планування є дуже важливим для всіх фірм, що присутні на ринку. Переважна більшість українських підприємств визнають необхідність розроблення стратегії розвитку та прагнуть до розширення масштабів своєї діяльності. Але, на жаль, дуже мало українських фірм на сьогодні має реальний план розвитку, хоча щороку дедалі більше підприємств розуміє потребу аналізу перспектив розвитку і планування своєї діяльності. Тому в даній ситуації, виходячи з позицій розвитку економічних відносин, важливим є обґрунтування ролі стратегічного планування в діяльності аграрних підприємств, зокрема при виході на зовнішні ринки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цим питанням займалися представники школи планування: Д.Штаймер, Р. Акофф, У. Кінг, Д. Кліланд. Еволюційні ідеї щодо концепцій стратегічного планування були викладені в працях К. Міцберга, Д. Лемпела. Значний внесок у розвиток системи стратегічного планування й управління здійснили А. Томсон, Т. Коно, Ф. Котлер, Б. Мізюк, А. Стрікленд, О. Віханський, Р. Фатхутдінов, З. Шершньова, Г. Райтер. Деякими питаннями стратегічного планування в аграрних підприємствах займалися В. Нелеп, С. Дем'яненко, В. Галанець.

Постановка завдання. Основне завдання стратегічного планування полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями організації в умовах змінного економічного середовища.

Завдяки розробці ефективної стратегії діяльності, підприємства аграрного сектору, при виході на зовнішні ринки, можуть розраховувати на позитивні результати. Саме така робота сприяє кращій організації та спрямована на досягнення поставлених цілей та задач підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки діяльність підприємств аграрного сектору, які є виробниками сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках є складним багатогранним процесом, на який впливають багато чинників. Дія багатьох факторів є визначальною і тому результативність значною мірою залежить від за координованих дій господарства на закордонних ринках.

Вихід підприємства на зовнішній ринок, де панує жорстка міжнародна конкуренція, можливий лише за умови використання сучасних методів управління.

Нагальність стратегічного планування вже довели іноземні компанії. Для них планування здійснюється на рівні корпорації загалом, а також на рівні відділень, їх груп, заводів та інших організаційних підрозділів.

На підприємствах України тільки частково використовують стратегічний підхід в управлінні, оскільки головною проблемою щодо цього залишається відсутність спеціалістів. Досить часто розроблення стратегії зводиться до складання бізнес-плану та розширення сфери його використання. Однак стратегія підприємства не повинна обмежуватись лише бізнес-планами.

Стратегічне планування стосується мети і засобів. Воно показує загальні риси майбутнього стану організації, а засоби показують, як цієї мети можна досягти. Отже, стратегічне планування - це прогнозне управління, пов'язане з розробкою і постановкою уявлень про те, куди прямує організація. Стратегічне планування повинне суміщатися з практикою поточного управління [2].

Стратегічне планування являється однією з основних функцій стратегічного управління. Воно представляє собою процес прийняття управлінських рішень відносно стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптації компанії до зовнішнього середовища, внутрішньої організації. Його завдання - забезпечити нововведення і зміни в організації в достатньому ступені [1].

Ми вважаємо, що однією з умов формування підприємством своєї стратегії являється виникнення раптових змін в навколишньому середовищі. Їх причиною може бути насичення ринку, технологічні зрушення, непередбачений успіх нового товару, поява численних нових конкурентів і т.д.

Маючи перед собою такі труднощі, фірма повинна вирішити дві надзвичайно критичні проблеми:

- вибрати новий напрямок росту із багатьох альтернатив, які важко підлягають оцінці;
- направити зусилля численного колективу в потрібне русло. Відповідь на ці питання і розкриває сутність розробки та реалізації стратегії. В такі моменти стратегія становиться життєво необхідним управлінським інструментом, за допомогою якого фірма може протистояти зміні умов навколишнього середовища.

Планування підприємством своєї діяльності на міжнародному рівні являє собою всеосяжний процес, пов'язаний з оцінкою багатонаціонального зовнішнього середовища, визначенням майбутніх світових можливостей і небезпек, формулюванням глобальних цілей і стратегії підприємства у світлі оцінки зовнішніх умов і внутрішнього обстеження сильних і слабких сторін підприємства. Планування міжнародної діяльності містить формулювання довгострокових і короткострокових завдань, розподіл

ресурсів (людей, капіталів, технологій, інформації) у міжнародному плані для досягнення глобальних цілей підприємства. Показниками ефективного формування міжнародної діяльності підприємств є:

прибутковість (рівень прибутків, прибуток на основні фонди, від продажів);

маркетинг (загальний обсяг продажів; частка ринку; приріст обсягу продажів; приріст частки ринку; інтеграція національних ринків для підвищення ефективності і продуктивності маркетингу);

виробництво (відношення обсягу закордонного виробництва до обсягу вітчизняного виробництва; ефект масштабу; контроль якості і рівня витрат; упровадження ефективних методів виробництва);

фінанси (фінансування закордонних філій; оподаткування; оптимальна структура капіталу);

технологія (тип технології, який передбачається передати за кордон - нове або старе її покоління; адаптація технології до місцевих потреб і обставин);

відносини з місцевим урядом (адаптація планів філій до планів розвитку місцевого уряду; дотримання місцевих законів, звичаїв, етичних стандартів);

персонал (виховання керівників із глобальною орієнтацією; виховання керівників із місцевого населення);

науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи (упровадження патентоспроможних виробів і технологій; географічне розосередження науково-дослідних і дослідно-конструкторських лабораторій);

навколишнє середовище (гармонія з навколишнім середовищем; дотримання місцевого законодавства про охорону навколишнього середовища) [3].

Висновки. Стратегічне планування є важливим елементом у системі управління аграрним підприємством при виході на зовнішні ринки. Метою планування є забезпечення потенціалу майбутньої успішної діяльності й досягнення поставлених довгострокових цілей підприємства.

Підприємства для ефективного функціонування на міжнародному рівні розробляють стратегії виходу на зовнішніх ринках. Стратегічне планування дає можливість краще вивчити середовище своєї діяльності,

власні потенційні можливості та обмеження. цінностей та завдань, важливість яких усвідомлюється як усім підприємством, так і його працівниками.
Завдяки йому існує можливість приймати рішення виходячи з єдиних пріоритетів,

Список використаної літератури

1. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. / Г.М. Тарасюк, Л.І. Шваб// - К.: „Каравела”, 2003. - 432 с.
2. Карпова С. В. Международный маркетинг: Учебное пособие для вузов / С. В. Карпова// -М.: Издательство „Экзамен”, 2005. - 288 с.
3. Шевчук Д. А. Внешнеэкономическая деятельность / Д. А. Шевчук// - Ростов н/Д.: Феникс, 2006.-224 с.

Annotation Strategic planning is an important element in the system of agricultural enterprises in entering foreign markets. The purpose of planning is to ensure the success of the future potential and achieve their long-term goals of the company.

In the conditions of market economy activity of enterprises agrarian a sector, which are the producers of agricultural produce on overseas markets is a difficult many-sided process which many factors influence on. An action of many factors is determining and that is why effectiveness to a great extent depends on at the co-ordinated actions of economy on overseas markets.

The strategic planning is very important for all firms which are present at the market. Swingeing majority of the Ukrainian enterprises acknowledge the necessity of development of strategy of development and aspire the scales of the activity to expansion.

Enterprises to function effectively at the international level to develop an exit strategy in foreign markets. Strategic planning provides an opportunity to better understand the environment of their activities, their potential and limitations. Thanks to him, there is a possibility to make decisions based on common priorities, values and objectives, the importance of which is recognized as the whole enterprise and its employees.

Strategic planning is one of the main functions of strategic management. It is a process of decision-making with the strategic foresight (formation strategies), resource allocation of adaptation to the external environment, internal organization. Its mission - to provide innovations and changes in the organization adequately