

Annotation

In modern conditions, one of the goals of improving the tax policy of the tax mechanism in the Republic of Kazakhstan should contribute to the growth of labor productivity and technology in the economic growth of the country. This requires a new depreciation policy. The study of the experience of specially developed foreign countries has shown that the renewal of production can be allowed only on the basis of the current tax depreciation policy.

Михайлова М.С.,

магистрант специальности «Маркетинг»,

Таврический государственный агротехнологический университет

Шквыря Н.А.,

Таврический государственный агротехнологический университет

к.э.н., доцент кафедры маркетинга

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

На современном этапе стратегия - это основной инструмент управления предприятием, определяющий направления его развития и способствующий укреплению его конкурентных позиций на рынке. Значение разработки стратегии, которая позволяет предприятию выжить в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе, чрезвычайно велико. В условиях сильной конкуренции и нестабильности макро- и микросреды очень важно не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии предприятия, но и разрабатывать долгосрочную стратегию.

Эффективное функционирование и обеспечение устойчивых позиций на рынке предприятий макаронной промышленности, является важной предпосылкой стабильного развития экономики страны и обеспечения ее населения необходимыми для здоровья продуктами питания [2].

Функционирование таких предприятий в рыночных условиях требует стратегической ориентации и перспектив адаптации к постоянным изменениям внутренней и внешней конкурентной среды, получения преимуществ в производстве качественных, доступных по цене товаров, а затем изучение, оперативный анализ и применение систем стратегического управления. Повысить эффективность деятельности предприятий макаронной промышленности, обеспечить достижение их целей в динамических условиях рыночной конъюнктуры позволяет реализация стратегии развития предприятия [4].

На примере ПАО «Черниговская макаронная фабрика», которое является лидером на украинском рынке макаронных изделий, оценим стратегический потенциал предприятия и определим основные стратегические направления его развития.

Расчеты, приведенные в таблице 1, свидетельствуют, что объем реализованной продукции предприятия уменьшился на 1191 т. в 2017 г. по сравнению с 2015 г. Выручка от реализации и себестоимость продукции имели тенденцию к снижению. Однако расходы на сбыт увеличились на 9,8% за исследуемый период. Отрицательным является снижение эффективности деятельности предприятия, так в 2015-2016гг, предприятие получало доходы от реализации макаронных изделий, 2017г. был убыточным. Исследованиями установлено, что основными причинами неэффективной деятельности предприятия в 2017 г. является снижение спроса на продукцию предприятия и уменьшения ее конкурентоспособности.

**Основные показатели хозяйственной деятельности
ПАО «Черниговская макаронная фабрика»**

Показатели	Года			Изменение	
	2015	2016	2017	+/-	%
Объем реализованной продукции, т.	6242	5905	5051	-1191	80,92
Уровень товарности,%	99,78	100,14	99,94	0,16	-
Выручка от реализации, тыс. грн	19683	18895	17965	-1718	91,27
Себестоимость продукции, тыс. грн.	15763	14622	13919	-1844	88,30
Расходы на сбыт, тыс. грн.	1445	1398	1587	142	109,83
Чистая прибыль, тыс.грн.	145	123	-1011	-	-
Рентабельность производства,%	0,92	0,84	-24,99	-	-
Рентабельность продаж,%	0,74	0,65	-5,63	-	-

В результате исследования предприятия методом Ансоффа определили, что наиболее эффективными стратегиями для ПАО «Черниговская макаронная фабрика» на рынке макаронных изделий является стратегия проникновения на рынок и стратегия диверсификации. Стратегия проникновения предусматривает следующие мероприятия - усиление конкурентных преимуществ продукции, усовершенствование коммуникационной политики предприятия, увеличение объема реализованной продукции. Стратегия диверсификации возможна за счет производства новых видов макаронных изделий ориентированных для потребителей со средним и высоким уровнем дохода.

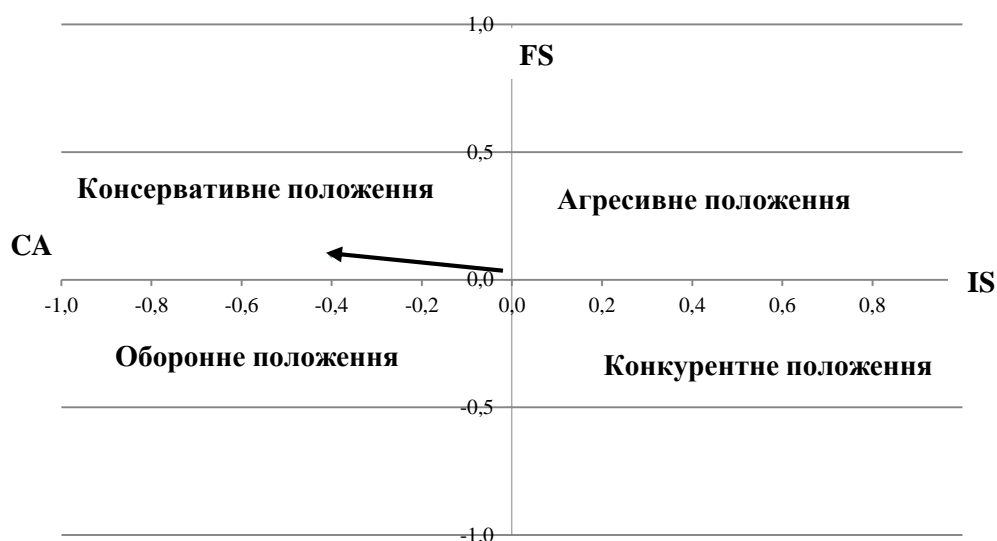


Рис 1 - Стратегическое положение ПАО «Черниговская макаронная фабрика» на рынке макаронных изделий

SPACE анализ (рисунок 1) позволил определить, что ПАО «Черниговская макаронная фабрика» находится в консервативном положении на рынке макаронных изделий. Это состояние характерно для привлекательной отрасли, в которой предприятие получает конкурентные преимущества в относительно нестабильной среде, существует недостаточность финансового потенциала. Стратегический вектор SPACE-матрицы указывает на стратегию развития товара и стратегию диверсификации производства, в рамках которой рекомендуется расширять ассортимент продукции за счет производства новых видов макаронных изделий.

По результатам применения модели Shell/DPM определили, что ПАО «Черниговская макаронная фабрика» занимает позицию «стратегия усиления конкурентных преимуществ»- предприятие занимает средние позиции в привлекательной отрасли. Поскольку доля рынка, качество продукции, а также репутация предприятия достаточно высокие, оно может превратиться в лидера, если эффективно использовать свои ресурсы и возможности. Возможные стратегические направления для предприятия: поиск путей получения конкурентных преимуществ, совершенствования товарной политики предприятия, инвестировать в наиболее прибыльные сегменты.

Проанализировав результаты стратегического анализа с помощью метода ADL/LS можно сделать вывод, что в ПАО «Черниговская макаронная фабрика» на рынке макаронных изделий занимает прочную конкурентную позицию на стадии роста. Необходимые средства привлекаются из внешних источников или денежные потоки сбалансированы. Обычное или выборочное развитие возможно с помощью стратегий выборочный поиск своего положения - сосредоточение или диверсификация. Для них эффективны следующие стратегические ориентиры: расширение ассортимента, проникновения на рынок, развитие сбытовой сети, совершенствование коммуникационной политики предприятия.

Таким образом, реализация предложенных стратегических ориентиров позволит не только повысить обоснованность разработки и реализации стратегии развития предприятия, но и обеспечить эффективность его функционирования в долгосрочной перспективе.

Литература:

1. Куденко, Н. В. Стратегічний маркетинг : навч. посібн. / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2005. – 152 с.
2. Райко, Д. В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація: монографія / Д. В. Райко. – Х. : Інжек, 2008. – 632 с.
3. Хасси, Д. Стратегия и планирование : путеводитель менеджера / Д. Хасси. – СПб. : Питер, 2001. – 378 с.
4. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

Аннотація

В статті обґрунтована актуальність формування і реалізації стратегії підприємства. Предложено стратегічні напрямки розвитку підприємства на ринку макаронних изделий.

Abstract

The article substantiates the relevance of the formation and implementation of the enterprise the strategy is substantiated. The strategic directions of the enterprise development in macaroni products the market are offered.