

*Крутікова Анастасія, студентка магістратури,
спеціальність «Маркетинг»,
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Науковий керівник: Шквиря Н. О., канд. екон. наук, доцент
(м. Мелітополь, Україна)*

ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ СИРУ

Актуальність проблеми. Інтеграційні процеси в Україні зумовлюють необхідність застосовувати сучасні методи управління підприємством. Це, насамперед, стосується підходів аналізу взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, а також всебічної оцінки його внутрішнього потенціалу [1]. Найбільш повно цим вимогам відповідають методи стратегічного аналізу, за результатами використання яких визначаються потенційні можливості підприємства, здійснюється оцінка його внутрішнього і зовнішнього середовища з орієнтацією на довгострокову перспективу, обґрунтовується система стратегій, спрямованих на посилення позицій підприємства в ринковому середовищі, зменшення і подолання наявних загроз [3].

Мета дослідження. Метою дослідження є проведення стратегічного аналізу підприємства ПАТ «Бель Шостка Україна» на ринку сирів та обґрунтування стратегічних напрямків розвитку підприємства, що сприятимуть підвищенню його конкурентоспроможності на ринку.

Результати наукової розвідки. Для обґрунтування ефективної стратегії розвитку підприємств необхідно проведення стратегічного аналізу. Стратегічний аналіз – це спосіб дослідження і перетворення бази даних, одержаних внаслідок аналізу середовища на стратегію підприємства. В цілому, стратегія – це план управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення передбачених цілей [4].

Об'єктом дослідження є ПАТ «Бель Шостка Україна», яке спеціалізується на виробництві твердих та м'яких сирів, плавлених сирів.

За допомогою стратегічного аналізу виявимо стратегічне положення ПАТ «Бель Шостка Україна» та визначимо стратегічні альтернативи

розвитку підприємства на ринку сирів. Для досліджуваного підприємства доцільно використання наступних матричних моделей: методи Ансоффа SPACE, McKinsey, ADL/LS, Shell/DPM.

Дослідження підприємства та ринку сирів свідчать, що із всіх можливих стратегій згідно матриці Ансоффа, більш ефективною буде стратегія більш глибокого проникнення на ринок. Ця стратегія передбачає наступні заходи: збільшення обсягів реалізації продукції за рахунок покращення якості продукції, розвиток фірмової мережі, посилення та удосконалення рекламної кампанії, оптимізація цін на продукцію підприємства, покращення виставлення сирів на полицях магазинів, за допомогою мерчандайзингу, удосконалення упаковки сирів.

Наступним методом стратегічного аналізу є SPACE метод, який призначений для аналізу позиції на ринку і вибору оптимальної стратегії для середніх і малих підприємств. У методі SPACE передбачено виокремлення чотирьох груп критеріїв (характеристик) оцінки діяльності підприємства. Кожну групу критеріїв характеризуються певні показники, які оцінюються експертним методом.

Отже, за результатами проведення SPACE виявили, що ПАТ «Бель Шостка Україна» знаходиться у консервативному стратегічному положенні на ринку сирів. Цей стан спостерігається на стабільних ринках з низькими темпами зростання. Підприємство при цьому не має сильних та стабільних конкурентних переваг. Зусилля спрямовані на покращення фінансового становища. Важливим фактором є конкурентоспроможність продукції. Основні заходи підприємства повинні бути спрямовані на зниження собівартості при підвищенні якості продукту, вихід на більш перспективні ринки, розширення асортименту продукції.

З використанням методу McKinsey визначили, що найбільш конкурентоздатною продукцією в ПАТ «Бель Шостка Україна» є твердий сир. Сильними сторонами даного виду сиру є ефективність цінової політики, методів просування, рентабельність продаж, гнучкість і можливість адаптації

тощо. Найменш конкурентоздатним видом продукції серед аналізованих є плавлений сир, для збільшення ефективності його виробництва та реалізації необхідно розробити стратегію розвитку продукту, збільшити фінансування для удосконалення якості.

Проведена оцінка привабливості певного виду сиру на ринку, свідчить про середню привабливість всіх основних видів сирів ПАТ «Бель Шостка Україна». Розмір ринку та потенціал його зростання є сильними сторонами цієї продукції.

За допомогою побудови матриці McKinsey визначили, що для сирів твердих та м'яких ефективною буде стратегія розвитку, яка передбачає посилення слабких позицій, пошук сфери, де можливо знайти лідируючі позиції, визначення конкурентних переваг та покращення якості продукції. Для сирів плавлених рекомендується стратегія захисту позицій, при якій необхідно концентрація уваги на підтриманні конкурентних переваг, залучення інвестицій та розширення виробництва.

Проаналізувавши матрицю ADL/LS можна зробити висновок, що виробництво сирів у ПАТ «Бель Шостка Україна» займає міцну конкурентну позицію на стадії зростання. Це неприбуткова позиція. Необхідні кошти залучаються із зовнішніх джерел або грошові потоки збалансовані. Рекомендується вибіркоче інвестування. Для цієї позиції пропонуються наступні стратегічні заходи: вихід на зовнішні ринки; проникнення на ринок; реалізація старих продуктів на нові ринки.

За допомогою методу Shell/DPM визначили, що досліджуване підприємство займає позицію «стратегія зростання», яка характеризується тим, що галузь є середньою за привабливістю, але підприємство посідає у ній сильні позиції. Воно є одним з лідерів, що перебуває на стадії зрілості життєвого циклу даного бізнесу. Ринок є зростаючим або стабільним, з високою нормою прибутку. Можливі стратегії: намагатися зберегти поточні позиції, оскільки ці позиції можуть забезпечити необхідні фінансові ресурси

для самофінансування і генерувати додаткові кошти, які можна інвестувати в інші перспективні галузі бізнесу.

Висновки. В ході проведеного дослідження на основі методів стратегічного аналізу визначені стратегічні напрями розвитку підприємства. Отже, реалізація запропонованих заходів забезпечить зростання економічної ефективності виробництва підприємства, підвищення прибутковості і економічної стабільності його розвитку та зміцнення конкурентоспроможності продукції та підприємства.

Використані джерела та література:

1. Давидов Г. М. Стратегічний аналіз : навч. посіб. / Г. М. Давидов, В. М. Малахова, О. А. Магопець [та ін.]. – Київ : Знання, 2011. – 389 с.
2. Лисенко А. М. Маркетингова система виробництва та реалізації молокопродукції / А. М. Лисенко // Економіка АПК. – 2012. – № 6. – С. 62–66.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-е вид., перероб. і доп. – Київ : КНЕУ, 2004. – 699 с.
4. Шквиря Н. О. Створення системи інформаційно-методичного забезпечення стратегічного планування / Н. О. Шквиря // Зб. наук. пр. Таврій. держ. агротехнолог. ун-ту. Сер. Екон. науки / Таврій. держ. агротехнолог. ун-т. – Мелітополь, 2017. – № 3 (35). – С. 123–130.

*Кузьменко В'ячеслав, студент І курсу магістратури,
спеціальність «Менеджмент»,*

*Палагнюк Дмитро, студент І курсу магістратури,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
ПВНЗ «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая»*

*Науковий керівник: Скидоненко Н. В., канд. екон. наук, доцент
(м. Київ, Україна)*

ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ

Актуальність проблеми. Україна переживає нелегкі часи трансформації економіки. Гострою проблемою сучасної України залишається досягнення економічного росту. Саме інвестиційна сфера чине безпосередній вплив на темпи економічного розвитку, а конкуренція виступає рушійною силою економічних процесів.

Мета дослідження: дослідити сутність конкурентних переваг та шляхи їх досягнення через ефективне управління інвестиційними проектами.