

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

**Бобрус Д.С., Бобрус М.С, студенти*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка**

Серед провідних зарубіжних і вітчизняних фахівців не існує однозначності у висвітленні змісту стратегії, але їхні визначення мають різний зміст. Зокрема, можна стверджувати про доцільність виділення декількох різноспрямованих підходів щодо розуміння базового поняття стратегії підприємства, які можна об'єднати таким чином:

1. Стратегія як план розвитку. Стратегію часто описують, як логічний, поетапний процес, результатом якого стає розробка офіційного планового документу, який являється певним керівним положенням щодо реалізації довгострокових намірів підприємства.

2. Стратегія як перспективний напрям розвитку. Прихильники цього підходу вкладають у зміст розуміння стратегії загальне твердження про те, що вона «пов'язана з виробленням довгострокового напрямку руху і визначенням масштабу діяльності компанії». При цьому базове поняття стратегії, як загального напрямку стратегічного розвитку підприємства трактується по-різному: напрям руху; напрям діяльності; напрям розвитку; масштаб діяльності; генеральний напрямок; генеральний курс; шлях розвитку; констатація наміру; перспектива.

3. Стратегія як цілевизначення. Процес цілевизначення на підприємстві завжди має бути забезпечений засобами їх реалізації.

4. Стратегія як засіб реалізації цілей. В даному трактуванні стратегію можна охарактеризувати як загальний алгоритм, систему заходів, інструментів, рішень щодо вибору альтернативної моделі поведінки підприємства у зовнішньому середовищі, реалізація якої повинна привести організацію до досягнення поставленої перед нею комплексної концептуальної стратегічної мети (цілей).

5. Стратегія як модель взаємодії із зовнішнім середовищем. Найбільш прогресивна і реалістична, змістовна концепція стратегії відображає процесний підхід до її розуміння, як адаптивної поведінки,

* Науковий керівник – Смігунова О.В., старший викладач

а більш формалізовано, як концептуальної індикативної (рекомендованої) моделі адаптивної поведінки (траєкторії руху) підприємства в нестабільному і мінливому зовнішньому середовищі на довгострокову перспективу, яка повинна забезпечувати його сталий розвиток.

Існують деякі правила, яких доцільно дотримуватися при виборі ефективної стратегії:

- необхідно переконатися, що всі функціональні стратегії, які підтримують дану стратегічну альтернативу, взаємопов'язані;
- необхідно враховувати ступінь ризику даної альтернативи, особливо якщо мова йде про залучення великих активів;
- слід приймати до уваги реакцію на дану стратегічну альтернативу різних груп впливу, що належать як зовнішньої, так і внутрішньої середовища організації.

Раціональна стратегія повинна містити у собі три важливі складові: основні цілі чи завдання діяльності; найважливіші правила чи процедури, які обмежують сферу діяльності; послідовність заходів, вкладених у досягнення цілей.

Ефективні стратегії розвиваються навколо кількох кількісно обмежених концепцій і сучасних напрямів, що дає їм стійкість і збалансованість. Одні напрями можуть бути тимчасовими, інші зберігаються остаточно реалізації стратегії. У цьому необхідно координувати діяльність в такий спосіб, щоб кожен напрямок був у належним чином забезпечене ресурсами незалежно від співвідношення «витрати / доходи».

Щоб стратегія була ефективною, у її розробці необхідно враховувати деякі вимоги, до яких можна віднести:

- наявність чітко сформульованих стратегічних цілей. Якщо компанія не знає, чого хоче досягти у найближчій перспективі, то марно починати розробку яких би не пішли стратегій;
- забезпечення маркетингового мислення всім співробітникам. Стратегія буде ефективна у разі, якщо інтереси й художні цінності співробітників відповідають яка покладалася себе ролі і якщо вони крено зацікавленні у процвітанні своєї компанії;
- стратегія має бути досить гнучкою, забезпечуючи можливості впливу на зовнішню середу, наприклад здійснення несподіваних атак на противника, які ведуть посилення конкурентних позицій фірми;

- стратегія ефективна у разі, якщо вона забезпечує захист позицій компанії. Фірма, повинна піклуватися про створення надійної системи оборони у разі наступу із боку конкурентів, і навіть про посилення своїх сильних сторін і позбавлення від слабкостей.

Суть процесу розробки стратегії у тому, щоб вибудувати позицію достатньо велику і гнучку задля забезпечення досягнення поставленої мети. Отже, стратегія підприємства завжди повинна бути націлена на отримання певного результату, який очікується від її реалізації.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

***Бондаренко В.О., Куш Д.Є., студенти*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

На сьогоднішній день молочна галузь в Україні є однією з провідних у структурі народного господарства, яка забезпечує населення продуктами харчування, багатими на білки, вітаміни, мінеральні речовини, що необхідні для забезпечення повноцінного раціону та життєдіяльності людини. Від рівня розвитку молочного виробництва в аграрних підприємствах значною мірою залежить успішне функціонування аграрного сектору й забезпечення продовольчої безпеки країни в цілому.

Не зважаючи на те, що молочний комплекс України хоч і має, за рахунок сприятливих агрокліматичних умов, значний потенціал для виробництва молока та молочних продуктів, на сучасному етапі його сировинна база перебуває у складному становищі. Визначальною тенденцією на ринку молока України, останні чотири роки, в період з 2010 по 2013 роки було значне підвищення цін як на молочну сировину, так і на готову продукцію. Лише за 2013 рік відбулось зростання цін на такі види продукції як: сухе знежирене молоко – на 36 %, сири тверді – на 16%, масло вершкове – на 15 %. Внаслідок цього високий рівень цін не тільки сприяв підвищенню ефективності

* Науковий керівник – Грідін О.В., ст. викладач