

## ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТИ ТА ЦІЛЕЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Михайлова О.С., к.е.н., доцент,  
Полтавська державна аграрна академія*

Стратегічне управління – багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей [1, с. 89].

Стратегія необхідна будь-якій фірмі, що претендує на успіх, щоб визначити, в якому напрямку вона буде розвиватися. По суті вибір стратегії означає, що з усіх можливих шляхів розвитку і способів дії, що відкриваються перед підприємством, воно обирає конкретний напрямок. Добре розроблена стратегія – основа підвищення конкурентоспроможності фірми, сильної конкурентної позиції і формування такої організації, яка за допомогою удосконалення структури управління і підвищення організаційної культури могла б успішно працювати у жорстких ринкових умовах.

Для визначення стратегії поведінки підприємства і її реалізації, керівництво повинно мати поглиблене уявлення як про внутрішнє середовище підприємства, його потенціал і тенденції розвитку, так і про зовнішнє середовище, тенденції його розвитку і місце, яке займає в ньому підприємство. При цьому внутрішнє середовище вивчається для того, щоб розкрити сильні і слабкі сторони підприємства, а зовнішнє середовище – для того, щоб розкрити загрози і можливості, які підприємство повинно враховувати при визначенні своїх цілей і при їх досягненні [2, с. 225].

Аналіз підприємств регіону показало, що більшість підприємств орієнтуються в своїй спеціалізації на галузь рослинництва чи рослинництво з розвинутою галуззю

тваринництва. Це в свою чергу вимагає розробки різних комплексних стратегічних планів діяльності підприємства.

Враховуючи кон'юнктурні зміни попиту на зернобобову продукцію, що змінюються під впливом таких факторів як стабільний внутрішній попит, тенденції світового ринку зернової продукції, відсутність стабільної економічної ситуації, можна зробити висновки, що на внутрішньому ринку України спостерігається тенденція до зростання цін на врожай пізніх культур. Порівняно з 2014 р. середні ціни реалізації сільськогосподарськими підприємствами аграрної продукції в Україні у січні-жовтні 2015 р. виростили на 54 %. Так, продукція рослинництва за вказаний період подорожчала на 68 %. Зокрема, вартість зерна зросла на 62,4 %, соняшнику - удвічі, сої - у 1,7 рази, при цьому обсяг реалізації рослинницької продукції збільшився на 3,8 %. Тому саме в цей час для досліджуваних підприємств важливим стратегічних напрямом є зберігання виготовленої продукції на власних об'єктах (зернохосовищах, елеватор) для отримання максимальної виручки при вищій реалізаційній ціні, яка зазвичай формується в зимовий період (весняний).

Враховуючи сучасні умови господарювання підприємства не зможуть ефективно функціонувати без розроблення і впровадження стратегії економічного розвитку. Вона визначає напрям діяльності організації, формулює місію та цілі, забезпечує ефективне використання наявних ресурсів. Якщо стратегічний план містить техніко-економічне обґрунтування та програму діяльності підприємства, то стратегія розвитку є дієвим інструментом для досягнення поставлених цілей в умовах нестабільності зовнішнього середовища.

**Література:** 1. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посібник / К.І. Редченко. – 2-ге вид., доповн. – Львів: Новий Світ-2000, 2010. – 271 с. 2. Стратегічне управління : навч. посіб. / [Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко ; відп. ред. Л. М. Савчук] ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т України «Київ. політех. ін-т». – К. : Центр учбової літ., 2009. – 440 с.