

УДК 330.322:631.115(470.620)

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Белоусов Виталий Михайлович,

кандидат эконом. наук, доцент, доцент кафедры

управления и делового администрирования

Мичуринский государственный аграрный университет,

Мичуринск, Россия

E-mail: Belousov1973@bk.ru

Аннотация. В статье определяется, что стратегия развития сельскохозяйственного предприятия состоит из действий руководства для достижения поставленных целей и бизнес-подходов, используемых в этом процессе.

Определены этапы разработки стратегии развития сельскохозяйственной организации, включающие в себя: обоснование цели организации; анализ производственного потенциала организации; поиск и оценка рыночных возможностей; прогнозирование (исследование тренда); детальную разработку стратегии; реализацию стратегии.

Выявлено, что принятие стратегии требует ее обязательной реализации на всех уровнях иерархии с соответствующими корректировками в формулировках целей.

Ключевые слова: стратегия предприятия, этапы развития стратегии предприятия, реализация стратегии предприятия.

Стратегия предприятия состоит из действий руководства по достижению поставленных целей и бизнес-подходов.

Процесс разработки стратегии включает в себя следующие этапы:

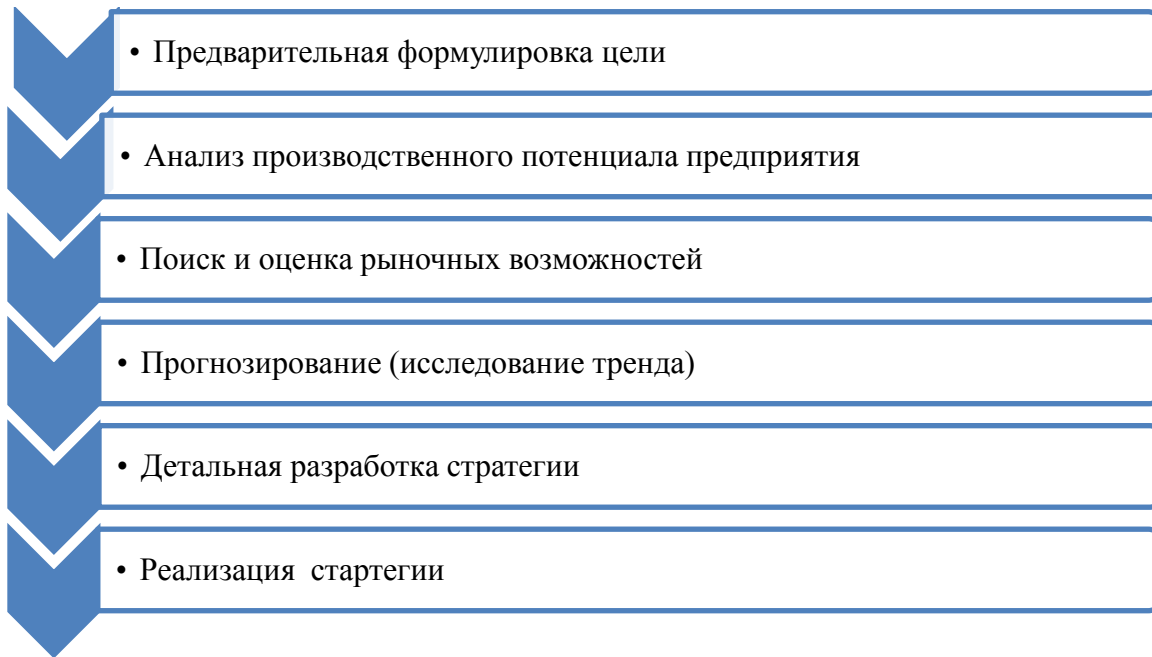


Рисунок 1- Этапы разработки стратегии [2].

При предварительной формулировке цели должны быть учтены следующие обстоятельства:

- цели могут быть противоречивыми: достижение одной цели не способствует достижению другой цели;
- цели могут быть дополнительными: достижение одной цели помогает достичь другую;
- цели могут быть идентичными: достижение одной цели не влияет на достижение другой;
- цели могут быть приоритетами: одна цель подчиняется другой [6].

Этап анализа производственного потенциала предприятия предусматривает разработку и применение определенной стратегии, но целевая направленность деятельности предприятия ограничена управленческими возможностями, которые сельскохозяйственное предприятие не в силах оценить самостоятельно. Кроме того, руководителю предприятия сложно

самому дать объективную оценку своему стилю управления и получить достоверную информацию о сильных и слабых сторонах деятельности предприятия.

При разработке стратегии оценка управленческой деятельности с применением маркетингового подхода оценивается по следующим направлениям: быстрота принятия важных управленческих решений; соответствие принимаемых решений целевым установкам деятельности предприятия; передача полномочий другим исполнителям; возможность принятия переданных полномочий; осуществление контролирующих функций за выполнением решений; система материального и морального стимулирования труда; проходимость информации "снизу" "вверх" и "сверху" "низ"; использование кадрового потенциала; качественные параметры планирования деятельности; внедрение [1, 8-11].

Ограничивающим фактором в разработке стратегии часто выступает финансирование. Поэтому при разработке стратегии необходимо учитывать финансовые факторы, включающие в себя:

- наличие собственных финансовых ресурсов, определяющие стратегию, так как не всегда есть возможность воспользоваться заемными средствами. Инвестиционные компании вкладывают финансовые средства в основном в стабильно развивающиеся предприятия, и с осторожностью относятся к новым проектам;

- возможность пользования заемными источниками, способствующие ускоренному развитию предприятия. Акцент следует сделать на объемы и условия кредитования, своевременность поступления заемных средств;

- предполагаемый график поступления денежных средств. Основным источником финансирования является прибыль, получаемая предприятием в результате осуществления текущей деятельности. Но, как правило, ее бывает недостаточно для создания финансового резерва в полном объеме.

В производственной деятельности оценке подлежит: технологический уровень производства сельскохозяйственной продукции; качественные

характеристики выпускаемой продукции, возможность увеличения объемов производства продукции, условия управления и планирования.

В коммерческой деятельности учитываются следующие факторы: наличие собственной сети сбыта продукции, уровень, методы и доступность статистической информации о рыночной конъюнктуре, фаза жизненного цикла товара [3].

Факторами оценки маркетинговой деятельности являются: имидж предприятия, узнаваемость производимой продукции, доля рынка предприятия, конкурентные преимущества, политика ценообразования, методы поощрения и стимулирования [4, 7].

В кадрах производится количественная и качественная оценка имеющегося персонала, система мотивации и стимулирования труда.

После учета реальных возможностей и потенциала предприятия производится поиск и оценка рыночных возможностей, состоящих из следующих основных этапов: установление размера рынка; выявление неудовлетворенной потребности на рынке, проведение предварительной оценки уровня рентабельности, выбор оптимальных вариантов из различных альтернатив [5, 12, 13].

На основе сложившейся реальной ситуации разрабатывается стратегия развития предприятия на долгосрочную перспективу.

Корпоративные стратегии, сформулированные и доведенные до сведения каждого сотрудника, позволяют направить все усилия в правильном направлении. В то же время, четкая и понятная кадровая стратегия для сотрудников предприятия скоро станет понятной для конкурентов, которые разработают эффективные контрмеры (по крайней мере, это часто бывает на российском рынке).

Принятие стратегии требует обязательной реализации на всех иерархических уровнях с соответствующими корректировками в формулировке и конкретизации целей.

Список литературы

1. Анциферова О.Ю. Методологические подходы к оценке интеграционного взаимодействия в аграрной сфере экономики / О.Ю. Анциферова, Н.В. Карамнова // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. - 2011. - № 1-2. - С. 113-117.
2. Карамнова Н. В. Агропромышленные формирования холдингового типа как перспективная форма интеграции в свеклосахарном подкомплексе / Н.В. Карамнова // Международный сельскохозяйственный журнал. - 2010. - № 2. - С. 10-12.
3. Карамнова Н.В. Методика оценки устойчивого развития свеклосахарного производства / Н.В. Карамнова // Теория и практика мировой науки. - 2017. - № 5. - С. 64-68.
4. Карамнова Н.В. Методологические подходы к оценке эффективности развития интеграционных процессов в свеклосахарном производстве / Н.В. Карамнова, И.П. Шаляпина // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. - 2012. - № 1-2. - С. 26-32.
5. Карамнова Н.В. Приоритетные направления повышения конкурентоспособности свеклосахарного производства в России / Н. В. Карамнова // Международный сельскохозяйственный журнал. - 2011. - № 3. - С. 30-33.
6. Карамнова Н.В. Совершенствование инвестиционного обеспечения развития аграрной экономики региона / Н.В. Карамнова // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса : сборник статей IX Международной научно-практической конференции: в 4-х частях. – Брянск: изд-во Брянского государственного аграрного университета, 2018. - С. 276-280.
7. Карамнова Н.В. Экономические условия устойчивого развития свеклосахарного производства / Н.В. Карамнова, В.М. Белоусов // Аграрная наука. - 2010. - № 3.- С. 2-3.

8. Минаков И. Эффективность фермерских хозяйств в Тамбовской области / И. Минаков, Л. Сабетова, Н. Воронова // АПК: Экономика, управление. - 2001. - № 3. - С. 46.

9. Минаков И.А. Развитие кооперации фермерских хозяйств / И.А. Минаков, Л.А. Сабетова, Н.И. Воронова // Достижения науки и техники АПК. - 2001. - № 2. - С. 11.

10. Минаков И.А. Развитие рынка сахарной свеклы и сахара в России / И.А. Минаков, Л.А. Сабетова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. - 2014. - № 10. - С. 44-48.

11. Минаков И.А. Состояние и тенденции развития рынка сахарной свеклы и сахара / И.А. Минаков, Л.А. Сабетова // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. - 2013. - № 4 (17). - С. 85-89.

12. Сабетова Л.А. Направления использования вторичных отходов свеклосахарного производства / Л.А. Сабетова, М.В. Девина // Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК - продукты здорового питания. - 2017. - № 5 (19). - С. 132-141.

13. Nikitin A. Establishing efficient conditions for agriculture development / A. Nikitin, N. Kuzicheva, N. Karamnova // International Journal of Recent Technology and Engineering. - 2019. - Т. 8. - № 2. - С. 1-6.

14. Sustainable development of sugar beet subcomplex / A.V. Nikitin, N.V. Karamnova, N.Yu. Kuzicheva, V. Belousov // International Journal of Engineering and Advanced Technology. - 2019. - Т. 9. - № 1. - С. 5058-5064.

DEVELOPMENT OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY

V. M. Belousov,

candidate of Economics. associate Professor,

Department of management and business
administration,

Doctor of Michurinskiy state agrarian

UNIVERSITY,

Michurinsk, Russia

E-mail: Belousov1973@bk.ru

Annotation. The article determines that the development strategy of an agricultural enterprise consists of management actions to achieve the goals and business approaches used in this process

The stages of development of the development strategy of the agricultural organization, which include: a preliminary statement of goals; analysis of enterprise potential; search and assessment of market opportunities; forecasting (trend study); detailed development of strategies; implementation of strategies

It was revealed that the adoption of a strategy requires its mandatory implementation at all levels of the hierarchy with appropriate adjustments in the goal formulations.

Key words: enterprise strategy, stages of enterprise strategy development, implementation of enterprise strategy.