

Стратегічне планування ефективної діяльності підприємства

Андрій Герасименко, Олена Кутас

Національний університет харчових технологій

Вступ. Сучасні умови господарювання передбачають формування нових підходів до системи стратегічного планування з метою постійного оцінювання перспектив своєї діяльності. Відсутність стратегічних орієнтирів є однією із загроз, що стають на перешкоді розвитку виробничо-господарської діяльності та ефективності підприємства.

Матеріали і методи. Під час роботи використано результати досліджень провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, а також систему загальнонаукових та специфічних методів дослідження: економіко-статистичні методи, діалектичний та системний аналіз, методи спостереження, порівняння, узагальнення, систематизації.

Результати. Стратегія підприємства – довгостроковий певний напрям розвитку організації, що стосується сфери, засобів і форм її діяльності, системи взаємин всередині організації, а також позиції організації в довкіллі. У перспективі стратегія організації повинна привести до мети.

Стратегічне планування – це систематизовані зусилля всього підприємства, спрямовані на розробку та організацію виконання стратегічних планів, проектів і програм. Результатом стратегічного планування є зміни в організації (створення нових ринків, диверсифікація виробництва, розробка нових продуктів, проектування і створення нових потужностей, ліквідація нерентабельних виробництв, реорганізація і перерозподіл повноважень та відповідальності тощо).

З метою досягнення безперервного зростання обсягів діяльності підприємство повинне сформувати власну стратегію розвитку. Вибір стратегії підприємства здійснює керівництво на основі аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища.

Дослідження виконано на матеріалах ТОВ «Українсько-словенське спільне підприємство «Київський обласний хлібопекарний комплекс», яке представляє на ринку хлібобулочних виробів України торговою марку «Кулиничі».

Для оцінки стратегічної позиції підприємства нами було проведено аналіз хлібопекарної галузі України, а також конкурентного середовища на ринку хлібобулочних виробів міста Києва і столичної області та конкурентної позиції досліджуваного підприємства на цьому ринку. Було визначено, що основними чинниками, які впливають на розвиток стратегічної позиції досліджуваного підприємства, є споживачі та внутрішньогалузеві конкуренти, якими на ринку міста Києва та Київської області є холдинг «Хлібні інвестиції» (торгова марка «Цар Хліб») та акціонерне товариство «Київхліб».

На основі аналізу ми запропонували наступні стратегічні дії з розвитку підприємства та підвищення його ефективності:

- подальше зростання якості продукції і забезпечення зростання частки ринку;
- зниження собівартості продукції, що приведе до зростання прибутку;
- розширення асортименту, випуск нових видів продукції.

Отже, на сьогодні для досліджуваного підприємства одним із напрямів отримання додаткових конкурентних переваг та посилення своїх позицій на ринку є розширення частки ринку і завоювання нових споживачів.

Висновки. Стратегічне планування, що є набором дій і рішень керівництва підприємства щодо розробки специфічних стратегій, необхідне для того, щоб допомогти організації підтвердити свою місію та досягти своїх цілей в умовах

змінного економічного середовища.