



colloquium-journal

ISSN 2520-6990

Międzynarodowe czasopismo naukowe



Economic sciences
№34(86) 2020
Część 2



colloquium-journal

ISSN 2520-6990

ISSN 2520-2480

Colloquium-journal №34 (86), 2020

Część 2

(Warszawa, Polska)

Redaktor naczelny - **Paweł Nowak**
Ewa Kowalczyk

Rada naukowa

- **Dorota Dobija** - profesor i rachunkowości i zarządzania na uniwersytecie Koźmińskiego
- **Jemielniak Dariusz** - profesor dyrektor centrum naukowo-badawczego w zakresie organizacji i miejsc pracy, kierownik katedry zarządzania Międzynarodowego w Ku.
- **Mateusz Jabłoński** - politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki.
- **Henryka Danuta Stryczewska** – profesor, dziekan wydziału elektrotechniki i informatyki Politechniki Lubelskiej.
- **Bulakh Iryna Valerievna** - profesor nadzwyczajny w katedrze projektowania środowiska architektonicznego, Kijowski narodowy Uniwersytet budownictwa i architektury.
- **Leontiev Rudolf Georgievich** - doktor nauk ekonomicznych, profesor wyższej komisji atestacyjnej, główny naukowiec federalnego centrum badawczego chabarowska, dalekowschodni oddział rosyjskiej akademii nauk
- **Serebrennikova Anna Valerievna** - doktor prawa, profesor wydziału prawa karnego i kryminologii uniwersytetu Moskiewskiego M.V. Lomonosova, Rosja
- **Skopa Vitaliy Aleksandrovich** - doktor nauk historycznych, kierownik katedry filozofii i kulturoznawstwa
- **Pogrebnaya Yana Vsevolodovna** - doktor filologii, profesor nadzwyczajny, stawropolski państwowy Instytut pedagogiczny
- **Fanil Timeryanowicz Kuzbekov** - kandydat nauk historycznych, doktor nauk filologicznych. profesor, wydział Dziennikarstwa, Bashgosuniversitet
- **Kanivets Alexander Vasilievich** - kandydat nauk technicznych, docent wydziału dyscypliny inżynierii ogólnej wydziału inżynierii i technologii państwowej akademii rolniczej w Połtawie
- **Yavorska-Vitkovska Monika** - doktor edukacji, szkoła Kuyavsky-Pomorsk w bidgoszczu, dziekan nauk o filozofii i biologii; doktor edukacji, profesor
- **Chernyak Lev Pavlovich** - doktor nauk technicznych, profesor, katedra technologii chemicznej materiałów kompozytowych narodowy uniwersytet techniczny Ukrainy „Politechnika w Kijowie”
- **Vorona-Slivinskaya Lyubov Grigoryevna** - doktor nauk ekonomicznych, profesor, St. Petersburg University of Management Technologia i ekonomia
- **Voskresenskaya Elena Vladimirovna** doktor prawa, kierownik Katedry Prawa Cywilnego i Ochrony Własności Intelektualnej w dziedzinie techniki, Politechnika im. Piotra Wielkiego w Sankt Petersburgu
- **Tengiz Magradze** - doktor filozofii w dziedzinie energetyki i elektrotechniki, Georgian Technical University, Tbilisi, Gruzja
- **Usta-Azizova Dilnoza Ahrarovna** - kandydat nauk pedagogicznych, profesor nadzwyczajny, Tashkent Pediatric Medical Institute, Uzbekistan

    SlideShare



INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU

«Colloquium-journal»

Wydrukowano w «Chocimska 24, 00-001 Warszawa, Poland»

E-mail: info@colloquium-journal.org

<http://www.colloquium-journal.org/>

CONTENTS

ECONOMIC SCIENCES

Antonov N.S. THE ROLE OF TRANSPORT AND LOGISTICS INFRASTRUCTURE IN THE LONG-TERM SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE ARCTIC ZONE OF RUSSIA (ON THE EXAMPLE OF THE NORTHERN SEA ROUTE)	4
Антонов Н.С. РОЛЬ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ДОЛГОСРОЧНОМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ СЕВЕРНОГО МОРСКОГО ПУТИ)	4
Зиниша О.С., Пономаренко А.В., Акопян А.А. БАНКОВСКИЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ	9
Zinisha O.S., Ponomarenko A.V., Akopyan A.A. BANKING BUSINESS IN THE CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF DIGITAL TECHNOLOGIES: NEW OPPORTUNITIES AND THREATS.....	9
Амонс С.Е., Красняк О.П. РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЯК ФАКТОРУ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	12
Amons S., Krasnyak O. THE ROLE OF STRATEGIC PLANNING AS A FACTOR OF FORMING THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISE	12
Amons S., Krasnyak O. FEATURES AND PRINCIPLES OF THE MODERN PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM	18
Вронская А.А., Арутюнян А.А., Носова Т.П. ИЗМЕНЕНИЕ РОЛИ И ФУНКЦИИ ДЕНЕГ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	23
Vronskaya A.A., Aratyunyan A.A., Nosova T.P. CHANGING THE ROLE AND FUNCTION OF MONEY IN THE MODERN WORLD	24
Harbar Zh.V. ENSURING THE AVAILABILITY OF CAPITAL INVESTMENT LENDING FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES	27
Zakharova A.V. PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE APPLICATION OF CRYPTOCURRENCIES	33
Kolesnik T., Pronko L. SPECIFICS OF RENTAL RELATIONS DEVELOPMENT IN AGRICULTURE	35
Корнилова А.Н., Василенкова Н.В. УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ НА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЮ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ	44
Kornilova A.N., Vasilenkova N.V. ELECTRICITY DEMAND MANAGEMENT AS AN EFFECTIVE MECHANISM OF INCREASING THE COMPANY'S PERFORMANCE	44
Mazur K.V. INVOLVEMENT OF AGRO-VENTURE FUNDS IN FINANCING CAPITAL INVESTMENTS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES	47
Мунаева В.В., Носова Т.П. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ ДЕНЕГ (КРИПТОВАЛЮТ) ..	53
Munaeva V.V., Nosova T.P. ECONOMIC SUBSTANCE AND PROBLEMS OF THE USE OF VIRTUAL MONEY (CRYPTOCURRENCY)	53

чае, когда будут созданы все условия для устранения угроз [2]. Направлениями для стратегических решений могут стать:

- создание новой культуры труда, основанной на принципах сотрудничества и равных условий для всех, развитие более интегрированного на всех этапах трудовой деятельности;
- обеспечение совместимости новых технологических решений, приобретаемых у разных внешних поставщиков;
- интеграция целей системы обеспечения соблюдения нормативных требований с точки зрения контроля и подотчетности со стратегическими целями банка, включая обеспечение развития, упрощение операционной деятельности, управление рисками и оптимизацию затрат.
- введение упреждающего контроля за киберрисками в своей деятельности на постоянной основе.

Список литературы

1. Зорин, Г. Е. Искусственный интеллект и его применение в банковской сфере / Г. Е. Зорин // Вестник Российского университета кооперации. - 2020. - № 1 (39). - С. 31-36.
2. Карпова, Е. Н. Цифровизация экономики как одна из угроз финансовой безопасности / Е. Н. Карпова, Б. И. Туаршева // Modernskiens. - 2019. - № 10-1. - С. 47-50.
3. Казаренкова, Н. П. Трансформация банковской системы России под влиянием цифровизации экономики / Н. П. Казаренкова, Т. А. Световцева // Известия Юго-Западного государственного университета. Сер.: Экономика. Социология. Менеджмент. — 2018. — Т. 8, №4 (29). — С. 188–195.
4. Курчеева, Г. И. Информационные технологии в цифровой экономике [Электронный ресурс]:

учебное пособие / Г. И. Курчеева, И. Н. Томилов. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2019. — 79 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/98789.html>

5. Лебедева, А. М. Перспективы внедрения биометрической идентификации в банковском секторе / А. М. Лебедева // Ростовский научный журнал. - 2019. - № 5- С. 45-51.

6. Митяева, М. А. Цифровизация российской экономики: влияние на банковский сектор / М. А. Митяева, А. И. Чечик // Вопросы экономики и управления. — 2019. — № 4 (20). — С. 4-7.

7. Цхададзе, Н. В. Развитие системы дистанционного банковского обслуживания: деньги уходят в онлайн / Н. В. Цхададзе // Вестник экономической безопасности. - 2018. - №2. - С. 357-364.

8. Официальный сайт банка «Росбанк» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rosbank.ru/o-banke/press-sluzhba/o-tom-kak-iskusstvennyi-intellekt-pomogaet-sekonomit-vremya-ili-kak-my-vstraivali-ii-v-biznes-process-otkrytiya-scheta/>

9. Официальный сайт банка «Тинькофф» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.tinkoff.ru/about/news/13062019-tinkoff-introduces-oleg-the-worlds-first-voice-assistant-in-lifestyle-and-finance/>

10. Официальный сайт банка «Сбербанк» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.sberbank.ru/ru/person>

11. Рейтинг Интернет-банков [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://markswebb.ru/report/internet-banking-rank-2019/>

УДК 338.984

Амонс С.Е.

*к.с.-г.н., доцент, доцент кафедры ботаники, генетики та захисту рослин,
Вінницький національний аграрний університет
Красняк О.П.*

*к.е.н., доцент, доцент кафедри аграрного менеджменту та маркетингу,
Вінницький національний аграрний університет
DOI: 10.24412/2520-2480-2020-3486-13-18*

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЯК ФАКТОРУ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Amons S.

*Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Botany, Genetics and Plant Protection,
Vinnitsia National Agrarian University
Krasnyak O.*

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department
Associate Professor of Agricultural Management and Marketing,
Vinnitsia National Agrarian University*

THE ROLE OF STRATEGIC PLANNING AS A FACTOR OF FORMING THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISE

Анотація

У статті визначено роль стратегічного планування в забезпеченні ефективності діяльності аграрного підприємства. Проаналізовано проблеми організації стратегічного планування на підприємствах при

забезпеченні їх конкурентоспроможності на вітчизняному аграрному ринку в сучасних умовах господарювання.

Відзначено, що для досягнення стабільності та ефективності діяльності аграрних підприємств необхідним інструментом управління підприємствами галузі є стратегічне планування, яке допомагає в прийнятті обґрунтованих доцільних рішень щодо їх мотивованої поведінки в умовах ринку, а успішність стратегічного планування залежить від визначення складу і послідовності розробки стратегії.

Abstract

The article defines the role of strategic planning in ensuring the efficiency of the agricultural enterprise. The problems of the organization of strategic planning at the enterprises at maintenance of their competitiveness in the domestic agrarian market in modern conditions of managing are analyzed.

It is noted that to achieve stability and efficiency of agricultural enterprises, a necessary tool for managing enterprises in the industry is strategic planning, which helps to make informed decisions about their motivated behavior in market conditions, and the success of strategic planning depends on determining the composition and sequence of strategy development.

Ключові слова: сільське господарство, аграрний ринок, підприємство, конкурентоспроможність, стратегічне планування, управління, система.

Keyword: agriculture, agrarian market, enterprise, competitiveness, strategic planning, management, system.

Постановка проблеми.

В умовах ринкової економіки для розвитку та успішної діяльності сучасного підприємства великого значення набуває стратегічне планування. Даний вид планування надає підприємству такі якості, як визначеність і індивідуальність; забезпечує певну специфіку ведення господарської діяльності; створює умови для виникнення, розвитку ряду важливих та істотних факторів, які позитивно впливають на його подальшу діяльність.

Стратегічне планування - це ядро стратегічного управління. В основному це включає визначення довгострокових цілей організації. Основою для створення останніх є реалістичні довгострокові прогнози як найближчого, так і майбутнього періодів [1].

Методологія як прогнозів, так і визначення довгострокових цілей підприємства в рамках стратегічного планування були встановлені в основному на початку другої половини 20 століття. Існує безліч методів прогнозування, аналізу та стратегічного планування.

Вони створювалися в умовах добре структурованого середовища і, головне, досить стабільного та передбачуваного економічного розвитку. На жаль, ці умови були досить кумулятивними, а саме через турбулентності в сучасному підприємницькому середовищі ці методи зазнають невдачі при підготовці і, що найголовніше, при реалізації довгострокових стратегічних планів підприємства.

Деякі зарубіжні та вітчизняні науковці вважають стратегічне планування вже застарілим та неефективним інструментом, хоча вони нічого не пропонують натомість [2].

Планування не лише забезпечує конкурентоспроможність аграрного підприємства, але й створює та підтримує передумови його подальшого розвитку. Успішність стратегічного планування підприємства може бути досягнута при знаходженні балансу у стратегічному управлінні на мезо- і макrorівні.

Актуальність теми роботи полягає в тому, що глобалізація світової економіки, відкритість українських ринків для зовнішніх товаровиробників: все це, з одного боку, різко загострило конкуренцію серед виробників, з іншого - прискорило зміни споживчих переваг. Тому, в сучасних ринкових умовах, стратегічне планування в Україні набуває особливої актуальності.

Мета статті - аналіз існуючих підходів вчених до трактування поняття «стратегічне планування»; розгляд стану та ролі стратегічного планування як фактору формування конкурентоспроможності аграрних підприємств в Україні; визначення переліку проблем щодо впровадження стратегічного управління економічним розвитком вітчизняних аграрних підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дослідженню проблем стратегічного планування як фактору формування конкурентоспроможності підприємств присвячено багато праць вітчизняних та закордонних науковців, серед яких М. Портер, Ф. Котлер, А.В. Кузнєцова [2], В.Л. Дикань, П.В. Забелін, А.Н. Тищенко, А.А. Томпсон та інші. Проте, питання стратегічного планування в аграрних підприємствах досліджені мало.

Результати дослідження.

Конкуренція (від лат. *concurrentia* – стикатися, змагатися) - це основний економічний механізм ринкової економіки. З економічної точки зору конкуренція направлена на максимізацію виручки від реалізації господарюючими суб'єктами або вигоди від покупки товарів і послуг.

Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (послуг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність [3].

Таке трактування конкурентоспроможності підприємства пов'язане із певними особливостями стратегічного планування діяльності підприємств у сучасних умовах розвитку. Особливості перетво-

рюються у вимоги на сучасному етапі, такі як: розширення спектру важливих факторів розвитку на основі виявлення багатосторонніх зв'язків і відносин підприємства та урахування фактору часу.

Особливістю сучасного стану господарювання аграрних підприємств є все більша непередбачуваність і складність в організації процесу планування на тривалу перспективу. Це може стосуватися всіх аспектів життя, як людини, так і суспільства в цілому. Їм доводиться мати справу з проблемами тимчасовості і непередбачуваності. Сучасні підприємства також мусять вести жорстку конкурентну боротьбу, і це, мабуть є самим головним аспектом в їх економічній діяльності [4].

Робота в неспокійному, складному, мінливому, взаємозалежному і, як правило, невизначеному зовнішньому середовищі, серед постійно нових правил, нових викликів і очікувань від усіх суб'єктів призводить до того, що господарюючі підприємства повинні вміти швидко і ефективно адаптуватися до цих нових викликів.

Все це поєднується з пошуком більш інноваційних, більш ефективних і дієвих методів планування і управління, відмовившись при цьому від старих, класичних методів управління, які не справляються з новими економічними вимогами.

В економіці сільського господарства, а також в загальних економічних науках, досить тривалий час панувала теорія неокласичної мікроекономіки. При найближчому розгляді можна зробити висновок про відсутність теоретичної можливості застосування таких функцій, як маркетинг або стратегічне управління підприємством.

Стратегічне планування ґрунтується на прогнозах зміни зовнішнього середовища і власного розвитку підприємства. Економічний аналіз систематично досліджує і оцінює змінні чинники, на які підприємство має, або немає впливу.

Причини відсутності можливості прогнозування стану економічного середовища і, відповідно, розвитку власного бізнесу підприємств виникають в результаті зростаючої динаміки навколишнього середовища і більш сильного довгострокового впливу певних тенденцій в соціально-культурному, економічному, технологічному, екологічному, а також у політичному і правовому середовищі [5].

Сьогоднішнім підприємствам доводиться мати справу з динамічним та невизначеним середовищем. Щоб досягти успіху, вони повинні бути стратегічно обізнаними, повинні розуміти, як змінюються їхні конкурентні умови. Підприємства повинні активно шукати можливості використовувати свої стратегічні здібності, адаптуватися та вдосконалюватись в кожній галузі бізнесу, спираючись на усвідомлення та розуміння поточних стратегій та успіхи.

На думку І. Ансоффа, стратегія це – один із декількох наборів правил прийняття рішень стосовно поведінки фірми в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток підприємства [6].

Професор історії бізнесу в Гарвардській Школі Бізнесу А. Дюпон Чандлер під стратегією розуміє

метод визначення довгострокових цілей компанії, програми дій і пріоритетних напрямків з використанням ресурсів [7].

Циганок В.В. розглядає стратегічне планування з погляду двох аспектів: перший – загально-економічний, який розкривається через призму положень загальної теорії підприємства; і другий – конкретно-управлінський, який враховує функціональну характеристику менеджменту [8].

Як вважає Г. Мінцберг, стратегія – це послідовна, узгоджена і інтегрована структура управлінських рішень. На його думку, головним у стратегії є складання планів, які є основним засобом для контролю ефективності досягнення стратегічних цілей підприємств [9].

М. Мак-Дональд у праці «Стратегічне планування маркетингу» дає таке визначення: «стратегічне планування» являє процес формулювання довгострокових цілей та стратегій для всього підприємства чи його підрозділу шляхом співставлення наявних ресурсів з відкритими можливостями, призначенням якого є допомогти підприємству досягти реальних цілей, а також зайняти бажану конкурентну позицію за визначений час [10].

Стратегічне планування це детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації й досягнення її цілей [11].

Стратегія повинна передбачати організацію процесу її реалізації, що поєднує окремі сегменти маркетингової політики, які відповідають базовим складовим маркетингової стратегії [12].

Планування завжди орієнтується на дані минулого, але прагне визначити і контролювати розвиток підприємства в перспективі [13].

В економічному словнику [14] поняття стратегічне планування – це різновид управлінської діяльності, який полягає в реалізації комплексу заходів, пов'язаних із визначенням стратегії діяльності організації, тобто комплексного плану перспективного розвитку організації. Процес стратегічного планування забезпечує основу для ефективного ведення господарської діяльності підприємств.

Підвищення ефективності складається з інновацій, кращої стратегії зростання та покращеного виконання управлінських функцій.

У сучасних ринкових умовах України найважливішими факторами маркетингового середовища підприємств і одними з основних об'єктів маркетингових досліджень є конкуренція і конкурентоспроможність, які представляють собою фундаментальні і невід'ємні атрибути будь-якої ринкової економіки, в тому числі і що розвивається, і являються, в кінцевому підсумку, необхідними умовами успішного розвитку підприємницької діяльності [15].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємств стратегічний план повинен визначати найкращу комбінацію для стабільної покращеної роботи, тобто план націлений на стратегії зростання, інновації та покращене виконання всіх управлінських рішень. Це робиться за допомогою двох оцінок, стратегічної та внутрішньої.

Стратегічна оцінка визначає пріоритетні можливості та загрози для інновацій – зростання бізнесу. Результатом є перелік пріоритетних, виконуваних стратегій зростання. Внутрішня оцінка визначає пріоритетні можливості для покращення результативності за рахунок удосконалення якості, кращої послідовності, нижчих витрат, регулятивного морального стану, демократичного керівництва тощо.

Мета стратегічного планування – встановити спільні цілі для підприємства і розробити план їх досягнення. Він включає в себе відхід від повсякденної діяльності і питання про те, куди рухається підприємства і якими повинні бути його пріоритети.

Стратегічне планування для більшості підприємств стало ключовим видом діяльності в забезпеченні успіху бізнесу в більшій мірі, ніж будь-коли раніше. У той час як у минулому столітті деякі підприємства могли обходитись без нього, в умовах зростаючої конкуренції залишається мало місця для підприємств, що не мають стратегії виживання.

На нашу думку, стратегічне планування необхідно для визначення напрямку діяльності підприємств, концентрує зусилля керівників і гарантує, що все в бізнесі працює для досягнення мети. Це також допоможе підприємствам:

- узгоджувати дії, які сприятимуть зростанню бізнесу;
- погоджувати ресурси для досягнення оптимальних результатів;
- розставити пріоритети в фінансових потребах;
- створити конкурентну перевагу;

- налагодити взаємовідносини зі своїми співробітниками і доводити, що потрібно зробити.

Ще одна важлива мета стратегічного планування - допомогти керівникам підприємств управляти бізнес-ризиками і знижувати їх. Розвиток бізнесу за своєю суттю ризиковано. Детальне планування може допомогти:

- усунути невпевненість;
- аналізувати потенційні ризики;
- впроваджувати заходи контролю ризиків;
- мінімізувати вплив ризиків, якщо вони відбудуться.

Отже, процес стратегічного планування полягає у визначенні напрямку, в якому підприємства має вести свій бізнес. Це включає в себе визначення спільних цілей для бізнесу.

Перш ніж сам процес стратегічного планування зможе початися, необхідно обов'язково спланувати процес планування. Це включає в себе організацію трудових, фінансових і технічних ресурсів, а також розвиток комунікацій і інструментів, які будуть підтримувати узгоджений процес планування на підприємстві. Неадекватна підтримка стратегічного плану в масштабах всього підприємства може знизити як процес, так і результати діяльності.

Стратегічне планування визначається як скоординовані кошти, за допомогою яких підприємство ставить перед собою цілі і завдання. Процес зазвичай складається з аналізу бачення, місії і постановки цілей. З цього створюється організаційна стратегія планування.

Етапи стратегічного планування для підприємств необхідно розглядати з врахуванням планування дій, скоординованого їх впровадження (рис.1).



Рис.1. Етапи стратегічного планування на підприємстві

Перший крок - збір та аналіз інформації. Цей крок складається з трьох компонентів: зовнішньої оцінки, ринкова або складова оцінка та внутрішня оцінка середовища.

Зовнішня оцінка. Метою зовнішнього оцінювання є виявлення та оцінка змін та тенденцій у навколишньому середовищі, враховуючи політичні, економічні, технологічні, регуляторні, соціальні, стилі життя, демографічні, конкурентоспроможність.

Наступним компонентом кроку збору та аналізу інформації є оцінка ринку. Метою оцінки ринку є виявлення та оцінка змін у потребах та сприйнятті ринків як некомерційних організацій. Для більшості некомерційних організацій вони включають клієнтів, волонтерів, фінансуючих донорів, найманих працівників, керівників, співробітників та конкурентів.

Метою внутрішньої оцінки є оцінка внутрішньої структури, процесу та операцій підприємства і на основі цієї оцінки визначення сильних та слабких сторони підприємства.

Крок два – місія та цінності підприємства – необхідні складові стратегічного управління, визначення критичних стратегічних питань. У процесі планування - визначення критичних стратегічних питань, вибору та

проблеми, що стоять перед підприємствами. Критичні питання - це основні проблеми політики або програми, які визначають найважливіші ситуації та вибір, з яким стикається підприємство зараз і в майбутньому.

Крок третій – розробка стратегічного бачення, тобто місія підприємства. Стратегічне бачення формулювання забезпечує підприємству напрямок та натхнення для постановки цілей. За допомогою

стратегічного бачення або досягнення місії підприємство описує, як воно має намір реагувати на основні виклики, що проявляються у формі критичних стратегічних питань.

Четвертий крок – розробка стратегії для кожної цілі. У процесі планування розробка стратегії для кожної цілі це основний підхід або метод досягнення цілей та вирішення конкретних управлінських питань своєї діяльності.

Заключний, п'ятий крок – формується річна організаційна стратегія планування на підприємстві. Мета цього кроку – формулювання загальної цілі, тобто узгоджуються з цілями та стратегіями стратегічного плану, це твердження того, що буде зроблено для досягнення мети, як правило протягом року.

Адекватне попереднє планування необхідне для забезпечення ефективного процесу з якісними результатами. Протягом більш масштабного процесу планування підприємці можуть визначити додаткові кроки, які необхідні для досягнення цілей підприємства.

Розробка стратегічного плану задає напрямок і встановлює пріоритети для підприємств в сучасних умовах господарювання. Він визначає погляд підприємств на успіх і розставляє пріоритети в діях.

Специфіка сільського господарства знаходиться в прямій залежності від природно-кліматичних умов, а також і в тому, що воно являє собою не тільки виробництво продукції, а й спосіб життя сільського населення. Необхідно відзначити, що потенціал аграрного сектору економіки нашої країни є значно більшим, ніж використовується сьогодні. Україна володіє значними ресурсами для ведення сільського господарства, особливо природними орними землями, що ставить нашу країну в ряд найбільших світових експортерів зерна і рослинної олії.

Крім того, завдяки своїм специфічним властивостям, таким як висока конкурентність галузі та значний експортний потенціал, сільське господарство відіграє важливу роль у розвитку вітчизняної економіки.

Ще одна особливість сільського господарства як галузі матеріального виробництва пов'язана з іммобільністю ресурсів, що не дозволяє перерозподілити їх в інші галузі народного господарства. У сільському господарстві економічні процеси відтворення тісно переплітаються з природними (біологічними) процесами, оскільки основою виробництва є живі організми, такі як рослини, тварини і мікроорганізми [4].

Також слід відмітити й іншу природну особливість, яка характерна для сільського господарства, а саме різноманіття ґрунтового-кліматичних умов, яке обумовлює специфіку ведення сільського господарства.

Специфічною особливістю сільського господарства є існування взаємозалежності і взаємодоповнюваності окремих галузей, що вимагає всебічного обґрунтування галузевої структури. Значна частина продукції сільського господарства не набуває товарної форми, а використовується в наступних

циклах відтворення [16].

При розробці системи стратегічного планування та управління необхідно передбачати в ній наявність п'яти основних елементів:

а) комплексне, системне моделювання ситуації;

б) визначення необхідності змін;

в) здатність розробки стратегій;

г) здатність використовувати надійні економіко-математичні методи в процесі вибору стратегії і її оцінки по відношенню до решти;

д) здатність здійснення обраної стратегії.

Для її реалізації необхідна розробка чітко структурованого механізму стратегічного управління і планування, що передбачає можливість аналізу різних варіантів в динаміці. У процесі стратегічного управління поведінка всіх виділених факторів прогнозується. Прогнозовані величини для кожного часового періоду порівнюються з фактичними, визначаються їх відхилення; якщо відхилення перевищують допустимі значення, фіксуються фактори, де необхідно здійснювати зміни. У виділеній точці аналізується ситуація і вибираються альтернативні стратегії її зміни [8].

Дослідження показують, що стратегічне планування і управління в аграрних підприємствах поки не отримало широкого поширення. Причин такого становища декілька.

По-перше, невідповідність персоналу до стратегічного планування і управління; по-друге, відсутність необхідних методичних матеріалів і програмних продуктів, що відображають специфіку аграрного виробництва; по-третє, складне фінансово-економічне становище більшості господарств, що орієнтує, на жаль, багатьох їхніх керівників до вирішення поточних, оперативних завдань; по-четверте, недовіра до стратегічного плану, здатного забезпечити фінансове оздоровлення підприємства шляхом реалізації адаптаційно-антикризової стратегії [17].

Проведені дослідження показали, що однією з основних проблем, що ускладнює застосування стратегічного планування в сільськогосподарських підприємствах, є значна їх збитковість. У силу необхідності значних затрат часу та ресурсів, стратегічне планування перспективної діяльності для них залишається поза межами можливого, оскільки основні зусилля спрямовані на покриття збитків, боргів і розрахунків з працівниками.

При розробці стратегічного плану необхідно керуватися наступними основними принципами: безперервність (виражається в наступності планів), єдність (системний характер планування), гнучкість планування (відповідність внутрішніх і зовнішніх умов господарювання), єдність економіки і політики, єдність централізму і самостійності, наукова обґрунтованість. Що стосується місії організації, то вона визначається поєднанням умов зовнішнього середовища і внутрішніми її складовими.

На наше глибоке переконання, для вибору ефективної стратегії розвитку або для формування власного стратегічного плану функціонування аграрного підприємства необхідно, щоб керівник, який

буде приймати стратегічне рішення, володів технологією стратегічного управління. Він має розуміти принципи побудови стратегії, аналізувати фактори впливу внутрішнього та зовнішнього середовища господарювання на діяльність; бути здібним до стратегічного мислення.

Висновки. Стратегічне планування як фактор формування конкурентоспроможності підприємств узгоджує потребу підприємств орієнтації у динамічному ринковому середовищі та прагненні прогнозувати потенційні зміни, що відбуваються у ньому та безпосередньо впливають на підприємства, а також дозволяє гнучко поєднувати внутрішні та зовнішні аспекти підприємства.

Практична реалізація стратегічного підходу в управлінні у більшості аграрних підприємств не здійснюється. Цьому причиною є низький рівень інформованості, а унаслідок чого, зацікавленості в побудові й управлінні стратегічним розвитком з боку керівництва, застосування старих стилів управління. Все це свідчить про те, що головний чинник, який стримує розвиток стратегічного управління та планування діяльності аграрних підприємств, носить суб'єктивний характер.

Стратегічне планування аграрної галузі має носити комплексний і всеосяжний характер з урахуванням існуючих умов і перспектив розвитку суміжних галузей для успішного розвитку і функціонування аграрного сектору в Україні.

Список літератури

1. Міщирікова А. К. Стратегічне планування на підприємстві [Електронний ресурс] / А. К. Міщирікова // Управління розвитком. - 2014. - № 13. - С. 60-62. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Uproz_2014_13_27.pdf
2. Кузнєцова А.В. Застосування стратегічного планування на підприємстві: переваги та недоліки / А. В. Кузнєцова // Управління розвитком. – 2014. – №1. – С. 124-126.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : Підручник / Шершньова З. Є. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
4. Контролювання та регулювання економічного розвитку підприємства: проблеми, методологічні та прикладні аспекти: монографія/ О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Н.О. Шпак, В.А. Новицький. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. – 148 с.
5. Конкурентоспроможність підприємства:

навч. посіб. / Р.Л. Лупак, Т.Г. Васильців. – Львів: Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.

6. Ansoff H. I. Corporate Strategy / H. I. Ansoff. – McGraw-Hill, N.Y., 1965. – 241 p.

7. Chandler A. Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise / Alfred Chandler. – Massachusetts Institution of Technology: The Mit Press. – 1962, 1990. – 465 p.

8. Циганок В. В. Інструментарій підтримки прийняття рішень як засіб стратегічного планування / В.В. Циганок, С.В. Каденко, П.Т. Качанов, О. В. Андрійчук, П. Д. Роїк // Озброєння та військ. техніка. – 2015. – № 3. – С. 59-66.

9. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстренд, Д. Лэмпел. – СПб.: Питер, 2002. – 330 с.

10. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга: Пер. с англ. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 320 с. <http://ecsocman.hse.ru/text/19183530/>

11. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента [пер. с англ. Л.И. Евенко]. – М.: Дело, 2000. – 701 с.

12. Міняйленко І.В., Гайжук О.В. Теоретичні аспекти стратегічного планування розвитку підприємств. <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/105.pdf>

13. Осовська Г.В., Юшкевич О.О., Завадський Й.С. Економічний словник. – К.: Кондор, 2009. – 358 с.

14. Красняк О.П., Амонс С.Е. Концептуальні підходи до формування маркетингової стратегії підприємств бурякоцукрового підкомплексу. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. №9 (49). С.60-69.

15. Иванов Ю. Б. Управление конкурентоспособностью предприятия / Ю. Б. Иванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко. – Х. : ВД «ИНЖЕК», 2010. – 320 с.

16. Банникова Н.В. Особенности стратегического планирования в аграрном секторе экономики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.litres.ru/n-v-bannikova/osobennosti-strategicheskogoplanirovaniya-v-agrarnom-sektore-ekonomiki/>

17. Нехланова А.М. Стратегическое управление сельскохозяйственным производством в АПК региона: монография / А.М. Нехланова, В. Г. Ткаченко. – М.: РГАУ МСХА, 2008. – 100 с.