

5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-3-35>

УДК 338.439

Качала Т.М.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки, підприємництва та природничих наук,
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Дармограй В.І.

доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва та природничих наук,
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Чечетова-Терашвили Т.М.

доктор економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університету
імені Семена Кузнеця

Kachala Tamara, Darmogray Vladimir

Vernadsky Tavriya National University

Chechetova-Terashvili Tatiana

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНІЙ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ

У статті досліджено концептуальні основи стратегії розвитку малого та середнього підприємства в аграрному секторі економіки регіону. Теоретичною та методологічною основою дослідження є праці вітчизняних та зарубіжних учених, присвячені питанню стратегічного менеджменту малих та середніх підприємств. Автором наведено предмет стратегічного управління розвитком підприємства в аграрній галузі регіону та визначені важливі проблеми у стратегічному плануванні розвитку цих підприємств. У статті досліджено історичні передумови виникнення поняття «стратегічне управління». Розглянуто основні етапи процесу реалізації стратегії розвитку підприємства. Проаналізовано основні цілі стратегічного планування розвитку малого та середнього бізнесу в аграрній сфері. Досліджено основи створення стратегічних планів сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: підприємництво, стратегія, менеджмент, розвиток, аграрний сектор економіки, реалізація, регіон.

Постановка проблеми. Зміни, що відбуваються в національній економіці під впливом розвитку світової економіки, мають серйозний вплив на основні аспекти та процес досліджень у сфері управління малим і середнім підприємством. Проблеми керівності малих форм господарювання виникли в зв'язку з неузгодженістю організаційної структури з основами економічної системи (цілі, завдання, економічні умови, технічний базис тощо), що створює безліч невідповідностей, складних і проблемних обставин, веде до нерационального використання природно-економічних

ресурсів, економічно не обґрунтованих видів діяльності і до фінансової неспроможності.

У мінливих ринкових умовах, як вважають багато авторів, є необхідність удосконалювати методи і технології управління суб'єктами малого і середнього підприємства з метою підвищення економічної ефективності господарської діяльності та збільшення прибутку. Водночас вітчизняні та зарубіжні дослідники по-різному підходять до визначення місця, яке займає стратегічне управління в діяльності малого підприємства в аграрній галузі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та методологічні основи дослідження стратегічного управління розвитком суб'єктів підприємництва відображені у працях зарубіжних авторів: Б. Айкса, І. Ансоффа, С. Боумена, С. Гошала, Дж.Б. Куїнна, М.Х. Мескона, Г. Мінцберга, М. Портера, Д. Пірса, Р. Робінсона, А.Дж. Стрикленда, А. Томпсона, Ф. Хедоури, А. Чандлера.

Дослідження різних аспектів розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва в аграрному секторі економіки регіону проводять багато вітчизняних учених: І.А. Абрамович, Н.О. Афендікова, А.В. Гладілін, А.А. Жигірь, В.К. Збарський, В.В. Липчук, С.М. Судомир, К.В. Хоружа та багато інших.

Формулювання цілей статті. Дослідити теоретичні підходи до розроблення стратегії розвитку малого та середнього підприємництва в аграрній галузі регіону.

Виклад основного матеріалу. Дослідження поняття стратегічного управління знайшло відображення у працях багатьох учених. Загалом більшість учених узагальнюють, що стратегічне управління – це діяльність зі створення місії, основних цілей підприємства через розвиток і самоорганізацію її внутрішніх і зовнішніх умов. У результаті становлення методів управління, що змінилися під впливом розвитку виробництва, в 60–70-і рр. ХХ століття з'явився стратегічний менеджмент. Після перших дослідів методи і системи стратегічного управління стали застосовуватися підприємствами незалежно від сфер діяльності та розмірів, а також державними підприємствами й органами управління для підтримки конкурентних переваг в умовах ринку.

Поняття «управління» ширше, ніж «менеджмент», і використовується у всіх сферах виробничої діяльності, в матеріальних і нематеріальних системах, наприклад управління підприємством, літаком, експериментом, дослідженням, управління в технічних системах, комп'ютерах тощо.

Стратегічне управління – це постійний процес вибору і реалізації цілей і стратегій підприємств. На думку американського дослідника І. Ансоффа, «стратегія – складне і потенційно потужне знаряддя, за допомогою якого сучасна фірма може протистояти мінливим умовам» [7].

Відповідно до думки К.В. Хоружої, стратегічний менеджмент – це процес прийняття і здійснення стратегічних рішень, що означає комплекс взаємопов'язаних управлінських дій, які визначають довгостроковий розвиток підприємства і конкретні дії. Вони, в свою чергу, забезпечують досить швидке реагування організації на зміну зовнішнього середовища. У результаті це реагування тягне за собою відповідні поступки цілей, перегляд головного напрямку руху і розвитку [1].

С.М. Судомир у своїх дослідженнях стверджує, що стратегічний менеджмент являє собою теорію і практику забезпечення стратегічної конкурентоспроможності та продуктивності рішень через розроблення

стратегії організації. І, на думку цього автора, відповідальність за цю роботу покладається на керівників [2].

За визначенням Н.О. Афендікова стратегічний менеджмент – це концепція управління фірмою, що дає змогу:

– по-перше, поглянути на організацію як на єдине ціле;

– по-друге, пояснити із загальносистемних позицій, чому одні фірми розквітають, інші переживають стагнацію і їм загрожує банкрутство. Або, іншими словами, з якої причини відбувається перерозподіл ролей основних суб'єктів ринку [3].

Стратегічне управління починається з аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища, оскільки саме вони визначають і є основою для встановлення місії і цілей підприємства.

Аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства поділяється на дослідження безпосереднього оточення, макрооточення і внутрішнього середовища.

Після визначення місії і цілей наступний етап – аналіз і обґрунтування стратегії. Визначення стратегії для підприємства в основному залежить від ситуації, що склалася, в якій підприємство знаходиться. Це залежить від того, як керівництво підприємства оцінює різні ринкові умови, які ефективні напрями своїх можливостей підприємство збирається використовувати, які стратегічні рішення існують в цій сфері тощо. Практика показує, що є стільки різних стратегій, скільки підприємств. При цьому не можна сказати, що неможливо групувати стратегії управління за типами.

З одного боку, може здатися, що реалізація стратегії – це звичайна діяльність із виконання плану. З іншого боку, буде здаватися, що після визначення стратегії підприємства далі повинна початися монотонна (одноманітна) робота з її реалізації, що далеко стоїть від стратегічного управління, тобто процес реалізації стратегії не передбачає нічого особливого, що можна було б охарактеризувати як складник стратегічного управління. У такому міркуванні криється глибока помилка, оскільки в процесі функціонування підприємства під час реалізації вибраної ним стратегії серйозне місце відводиться стратегічному управлінню. Слід врахувати, що саме на цій стадії формуються умови для здійснення стратегії. Ось саме це є стадією виконання стратегії. Визначення стратегії дає змогу підприємству розвивати методи і напрями його руху до цілей, вироблення стратегії та є передумовою реалізації підприємством своєї місії. На сучасному етапі розвитку ринкової економіки зовнішнє, а часто і внутрішнє середовище підприємства є нестійким і навіть непередбачуваним. Ця обставина вирішальним чином позначається на процесі реалізації стратегії. Навіть якщо стратегія визначена правильно і створені всі умови для її успішного виконання, на стадії реалізації стратегії через зазначені вище обставини виникають серйозні труднощі і проблеми. Звідси виникає серйозне завдання відстежувати успішність руху підприємства до поставлених цілей, а також оцінювати можливість

їх досягнення на кожному конкретному етапі і за необхідності – коригувати поведінку підприємства. Таким чином, сутність стратегічного управління полягає у формуванні та реалізації стратегії розвитку підприємств на основі постійного контролю й оцінки зміни умов зовнішнього і внутрішнього середовища його діяльності з метою збереження здатності до ефективного функціонування і розвитку.

На наш погляд, стратегічне управління суб'єктом малого і середнього підприємництва можна представити як управління підприємством, за якого серйозною опорою є людські можливості як основа підприємства, яке спрямовує виробничу діяльність на вимоги споживачів, здійснює раціональне регулювання і своєчасні зміни в підприємстві, що відповідають вимогам навколишнього середовища і дозволяють досягати ефективних переваг, що загалом дає змогу підприємству зберігати свої позиції і та реалізувати свої цілі.

Так, А.В. Гладілін розділяє процес реалізації стратегії на два взаємопов'язаних етапи [4].

Перший – це стратегічне планування, за якого виробляється набір стратегій від базових стратегій підприємства до функціональних стратегій та окремих проектів (програм).

Другий – це процес стратегічного управління, за якого відбувається реалізація конкретної стратегії в часі, її коригування залежно від ситуації, що склалася.

А.А. Жигір вважає, що стратегічне планування є мистецтвом прогнозування, розрахунків і вибору альтернатив. На його думку, в стратегічне управління включаються: механізми уловлювання змін; визначення і коригування стратегії; стратегічний контроль; реалізація стратегії в дію; управління рішеннями, як стратегічними, так і тактичними.

Тож стратегічне планування є найважливішою функцією в управлінському процесі зі створення та підтримання стратегічної відповідності між цілями підприємства, можливостями потенційного характеру, шансами у сфері маркетингу.

В.К. Збарський вважає, що «стратегічне планування – це процес прийняття управлінських рішень під час формування стратегій, розподілу ресурсів, адаптації компанії до зовнішнього середовища і внутрішньої організації» [6].

Швидка зміна в навколишньому середовищі, утворення нових вимог споживачів, вдосконалення бізнесу в результаті розвитку науки і техніки, розвиток інформаційних мереж, доступність новітніх технологій, підвищене значення людського капіталу, тобто його можливостей, та інші фактори стали основою істотних змін і в стратегічному управлінні та плануванні.

Стратегічне планування в аграрному секторі економіки має особливе значення. Стратегічні цілі відображають бажаний стан підприємства. З цієї причини під час вибору цілей слід враховувати цілу сукупність вимог і чинників, що пред'являються до їх змісту. Виходячи з них, цілі розподіляються за пріоритетністю:

– досягнення найбільш високої рентабельності в діючих видах підприємницької діяльності, що визначається показниками рівня прибутку, темпу приросту обсягу продажів і прибутку, рівня якості продукції, частки на ринку, норми прибутку, структури капіталу, рівня дивіденду, суми виплаченої заробітної плати;

– забезпечення гарантії стійкого становища підприємства в сільському господарстві, що визначається за кількома напрямками (інноваційною та інвестиційною політикою, можливостями конкурентоспроможності, витратами на дослідження і розроблення нових видів продукції, вирішення екологічних і соціальних питань, кадровою політикою);

– підтвердження сформованих нових видів підприємницької діяльності, що тягне за собою вертикальну або змішану інтеграцію, зміни в структурній політиці, розвиток інформаційних структур, включає диверсифікацію продукції і розроблення нових видів продуктів.

Стратегічні плани сільськогосподарських підприємств доцільно поєднувати з оптимізацією загально-виробничої структури, яка повинна передбачати цілий комплекс заходів із раціоналізації використання внутрішніх виробничих можливостей. Фактично можна сказати, що економічна ефективність, стійкість фінансового стану багато в чому залежить від ефективності грошових ресурсів, вкладених в активи підприємства. Нині є яскраво виражене прагнення до формування активів, яке необхідно враховувати під час вибудовування стратегії розвитку підприємства, зокрема галузі тваринництва.

Суть змісту «економічна стратегія» залишається не зовсім розкритою. Поки немає спільної думки щодо його визначення. Найчастіше економічна стратегія трактується як загальний план управління, блок збудованих правил, прийомів, які сприяють досягненню цілей розвитку підприємства шляхом вибору і виконання довгострокових ефективних переваг.

Деякі автори під економічною стратегією розуміють довгостроковий якісно визначений напрям розвитку підприємства, що стосується сфер, видів і форм його діяльності, використання потенціалу, системи взаємин усередині самого підприємства і в навколишньому середовищі, що в кінцевому підсумку приводить підприємство до його цілей [1; 4–5].

У регіонах України проблеми стратегічного планування проявляються в тому, що розроблені стратегії не є обов'язковими для виконання, часто документи середньострокового планування не відповідають документам державного і регіонального рівнів, а також у відсутності координуючих механізмів, необхідних для здійснення контролю реалізації стратегій.

Аналізуючи сучасний стан системи управління аграрного виробництва, потрібно виділити найважливіші проблеми стратегічного управління в аграрних підприємствах:

– поділ об'єднаної структури АПК та системи управління АПК загалом об'єкта, в результаті чого кожна зі сторін об'єднання виявилася «сама по собі»,

і впровадження засобів стратегічного управління нині йде на кожному підприємстві окремо;

– дискоординація виробників і переробних виробництв через відсутність узгодженості в інтересах між ними;

– ослаблення державного управління соціально-економічними процесами в аграрній сфері через розподіл функцій державного управління між різними структурами, в результаті чого спостерігається обмежений контроль організаційно-розпорядчих органів управління;

– прояв некваліфікованості управлінських кадрів у мінливих умовах зовнішнього середовища господарювання в методах і інструментах управління, в підготовці та оцінці стратегії довгострокового розвитку;

– відсутність ретельно підготовлених нових алгоритмів і методик стратегічного управління динамікою розвитку підприємств. Сьогодні недостатньо наявних варіантів спрощених і пристосованих до умов АПК методик.

На етапі розвитку інструментів і методів стратегічного менеджменту у сфері малого і середнього підприємництва слід знати, які конкурентні дії, процеси та методи об'єднані зі стратегією виробництва в діяльності підприємства.

А. Чандлер, класик стратегічного планування, вважає, що стратегія являє собою за своєю суттю «визначення основних довгострокових цілей і завдань підприємства, прийняття курсу дій і визначення можливостей, необхідних для досягнення поставлених цілей» [8]. По-перше, таке розуміння «стратегії» виходить із традиційного підходу до її визначення як особливого методу поділу ресурсів між справжніми і майбутніми. Стратегічна альтернатива, на думку А. Чандлера, будується на порівнянні можливостей і ресурсів корпорацій з урахуванням прийнятого рівня ризику. По-друге, це визначення ґрунтується на досягненні мети підприємства.

І. Ансофф у своїй фундаментальній праці «Стратегічне управління» говорить, що «за своєю сутністю стратегія є переліком правил для прийняття рішень, якими організація користується в своїй діяльності» [7].

Потенціал стратегічного керування недосконалий, є низка особливостей використання стратегічного управління, які показують, що цей тип управління не універсальний для будь-яких умов і будь-яких завдань.

Виділяють два напрями стратегічного управління.

Перше з них – регулярне стратегічне управління, яке є природним продовженням стратегічного планування і яке складається з двох взаємопов'язаних підсистем: аналізу і планування стратегії та її реалізації.

Другий напрям – управління в реальному масштабі часу, що відбивається у вирішенні не запланованих стратегічних завдань, що розвивається у галузях, де зовнішнє оточення змінюється досить часто і загалом слабо передбачається.

По-друге, метою стратегічного управління є розвиток, тобто зміна кількісних і якісних характеристик. До числа стратегічних рішень можна віднести рішення

про відновлення підприємства, про виробництво нової продукції і впровадження нових технологій, освоєння нових ринків збуту.

По-третє, потенціал підприємства, що складається з ресурсів і джерел їх поповнення, зв'язків, положення і виробничої системи загалом, є продуктом стратегічного управління. З одного боку, стратегічне управління характеризує максимально ефективне використання виробничого потенціалу для досягнення конкретної мети. А з іншого – це джерело створення конкурентної переваги підприємства, що вимагає безперервного розвитку та вдосконалення.

По-четверте, в стратегічному управлінні як допоміжні принципи виділяють: швидке реагування на подразнення зовнішнього оточення; реалізацію відповідних моменту змін у підприємстві; опору на людські можливості; орієнтир на споживача; тривалі перспективи за рахунок конкурентних активів; контроль масиву даних, а не поодиноких її складників; гарантування конкурентоспроможності компанії в майбутньому.

До предмету стратегічного управління належать:

1) проблеми, пов'язані з цілями підприємства і зростанням ефективності діяльності підприємства через забезпечення взаємозв'язку цілей, потенціалу і результатів;

2) проблеми, пов'язані з елементами підприємства, необхідними для досягнення цілей, але на тепер відсутніми або наявними в недостатньому обсязі;

3) проблеми, пов'язані з факторами зовнішнього впливу.

У стратегічному управлінні є напрям, що відповідає за виявлення загроз і ризиків щодо підприємства у зовнішньому середовищі. Кожне підприємство має позитивні і негативні сторони.

Для успішного виживання в довгостроковій перспективі підприємство повинно вміти прогнозувати. З метою вирішення таких завдань на підприємстві розробляються конкретні прийоми аналізу навколишнього середовища, активно використовуються в стратегічному управлінні. Зокрема, метод SWOT є одним із визнаних підходів, що дає змогу провести спільний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища.

Буде цілком справедливим, якщо сказати, що єдиної стратегії для всіх підприємств немає. І цілком реально, що немає єдиного універсального стратегічного управління. Кожне підприємство унікальне. З цієї причини і процес розвитку стратегії для кожного підприємства єдиний у своєму роді, що залежить від його позиції на ринку, специфіки його розвитку, його ресурсу, поведінки і дій конкурентів, особливостей виробленої ним продукції або послуг, загального стану економіки та ін. При цьому є й деякі основні моменти, які дають змогу говорити про генералізовані принципи розвитку стратегії розпорядження і виконання стратегічного управління.

У зв'язку з цим для впровадження стратегічного управління на суб'єктах малого і середнього підпри-

емництва в аграрному секторі економіки до процесу обґрунтування стратегії розвитку слід підходити з боку позиціонування. Це зумовлено також відсутністю на достатньому рівні спеціалізації підприємств малого і середнього підприємництва. Отже, їм слід зосередити зусилля на пошуку ринкової ніші і відповідної ринкової поведінки, перебудувати свою виробничо-галузеву структуру, спеціалізацію тощо.

Великою складністю у проектуванні розробок зі стратегічного управління на підприємствах малого та середнього підприємництва аграрного сектору економіки є те, що провідні зарубіжні та вітчизняні фахівці створювали свої розробки стосовно великих корпорацій, компаній і підприємств. Для їх упровадження на підприємствах малого та середнього підприємництва в аграрному секторі економіки методи досягнення конкурентних переваг і вироблення стратегій ефективного розвитку потребують осмислення і суттєвого доопрацювання.

В умовах ринкової економіки правильне стратегічне управління – головна й основна умова успіху кожного суб'єкта підприємництва. Активація уваги до стратегічних аспектів управління – характерна риса сьогоденного менеджменту будь-якого виду і форми господарювання, що пов'язано з вирішенням проблеми сталого розвитку підприємства відповідно до динамічно мінливих умов навколишнього середовища. Кожен суб'єкт малого і середнього підприємництва в аграрному секторі економіки унікальний. Отже, і процес вироблення стратегії для кожного з них відрізняється, оскільки він залежить від виробничого

потенціалу суб'єкта підприємництва, займаної ніші на ринку, поведінки конкурентів тощо. Крім усього, процес вироблення стратегії розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва ускладнюється низькою інвестиційною привабливістю аграрного сектора економіки, зумовленої його збитковістю.

Висновки. Здійснення стратегічних рішень – це вибір планування, методів організації, мотивування і контролю. Єдина стратегія як така відсутня. Через це кожен суб'єкт малого і середнього підприємництва, який бажає вижити в жорстких умовах ринку, розвиває власну стратегію на основі аналізу навколишнього зовнішнього середовища і внутрішніх ресурсів, визначаючи індивідуальні цілі і завдання підприємств малого і середнього підприємництва. Розвиток стратегії підприємств малого і середнього підприємництва набуває змісту в тому разі, якщо стратегія надалі успішно реалізується. Для контролю процесу реалізації стратегії і придбання впевненості в досягненні поставлених цілей підприємцям, керівникам підприємств слід розробляти відповідні плани, програми, проекти і бюджети.

Задоволення потреб господарюючих суб'єктів малого і середнього підприємництва у посиленні уваги до стратегічних аспектів управління, пов'язаних із вирішенням проблеми сталого розвитку підприємства відповідно до мінливих умов зовнішнього середовища, буде актуальним, а проведення дослідження в цей період – затребуваним. Крім того, багато стратегічних рішень приймаються інтуїтивно, тому розроблення концептуальних основ прийняття стратегічних рішень має істотне практичне значення і наукову новизну.

Список літератури:

1. Хоружа К.В. Стратегічне управління як передумова ефективного розвитку аграрних підприємств. *Наук. вісн. Луган. нац. аграр. ун-ту. Сер. Економічні науки*. Луганськ: Елтон-2, 2011. № 32. С. 280–285.
2. Судомир С.М. Стратегічне управління розвитком підприємства. *Агросвіт*. 2011. № 13/14. С. 33–35.
3. Афендікова Н.О. Проблеми розвитку підприємництва в сільському господарстві України. *Агросвіт*. 2014. № 14. С. 21–25.
4. Гладилін А.В. Организационно-экономический механизм развития совместного предпринимательства в традиционном аграрном регионе. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 6. С. 229–235.
5. Жигір'я А.А. Принципи та методологічні засади економічного розвитку підприємництва. *Агросвіт*. 2015. № 20. С. 46–52.
6. Збарський В.К. Проблеми і перспективи розвитку малих форм господарювання в регіональному АПК. *Бухгалтерія в сільському господарстві*. 2013. № 22. С. 32–37.
7. Ансофф И. Стратегическое управление. Москва: Экономика, 1989. 358 с.
8. Чандлер А. Стратегии и структура: Учебник для ВУЗов. М.: Русская Деловая Литература, 1998. 768 с.

References:

1. Horuzha K.V. (2011) Strategichne upravlinnja jak peredumova efektyvnogo rozvytku agrarnyh pidprijemstv. [Strategic management as a prerequisite for effective development of agricultural enterprises]. Science. spring Lugano. nat. agrarian. un-ty. Ser. Economic sciences. Lugansk: Elton-2. Vol. 32. P. 280–285.
2. Sudomyr S.M. (2011) Strategichne upravlinnja rozvytkom pidprijemstva [Strategic management of enterprise development] *Agrosvit*. Vol.13/14. P. 33–35.
3. Afendikova N.O. (2014) Problemy rozvytku pidprijemnyctva v silskomu gospodarstvi Ukrainy [Problems of business development in agriculture of Ukraine]. *Agrosvit*, vol. 14, pp. 21–25.
4. Gladilin A.V. (2015) Organizacionno-jekonomicheskij mehanizm razvitija sovmestnogo predprinimatelstva v tradicionno agrarnom regione [Organizational and economic mechanism for the development of joint business in the traditionally agricultural region]. *Actual problems of the economy*, vol. 6, pp. 229–235.

5. Zhygir' A.A. (2015) *Pryncypy ta metodologichni zasady ekonomichnogo rozvytku pidpryjemnyctva* [Principles and methodological principles of economic development of entrepreneurship]. *Agrosvit*, vol. 20, pp. 46–52.
6. Zbars'kyj V.K. *Problemy i perspektyvy rozvytku malyh form gospodarjuvannja v regionalnomu APK* [Problems and prospects of development of small forms of management in the regional agro-industrial complex]. *Accounting in agriculture*, vol. 22, pp. 32–37.
7. Ansoff I. (1989) *Strategicheskoe upravlenie*. [Strategic management] Moscow: Economics, 358 p.
8. Chandler A. (1998) *Strategii i struktura: Uchebnik dlja VUZov*. [Strategies and Structure: A Textbook for High Schools]. Moscow: Russian Business Literature. 768 p.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АГРАРНОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА

В статье исследованы концептуальные основы стратегии развития малого и среднего предпринимательства в аграрном секторе экономики региона. Теоретической и методологической основой исследования явились труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные вопросу стратегического менеджмента малых и средних предприятий. Автором приведен предмет стратегического управления развитием предпринимательства в аграрной отрасли региона и определены важные проблемы при стратегическом планировании развития данных предприятий. В статье исследованы исторические предпосылки возникновения понятия «стратегическое управление». Рассмотрены основные этапы процесса реализации стратегии развития предпринимательства. Проанализированы основные цели стратегического планирования развития малого и среднего бизнеса в аграрной сфере. Исследованы основы создания стратегических планов сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: предпринимательство, стратегия, менеджмент, развитие, аграрный сектор экономики, реализация регион.

METHODOLOGICAL BASIS OF IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT IN THE AGRICULTURAL INDUSTRY OF THE REGION

Currently, in a dynamically changing market conditions, according to many authors, there is a need to improve the methods and technologies of management of small and medium enterprises in order to increase the economic efficiency of economic activity and increase profits. At the same time, domestic and foreign researchers approach the definition of the place occupied by strategic management in the activities of a small enterprise in the agricultural sector, which determined the choice of research topic. The aim of the article is to study the conceptual basis of the strategy for the development of small and medium enterprises in the agrar sector of the region's economy. The theoretical and methodological basis of the study were the works of domestic and foreign scientists devoted to the issue of strategic management of small and medium enterprises. The author presents the subject of strategic management of business development in the agricultural sector of the region and identifies important issues in strategic planning for the development of these enterprises. The article examines the historical background of the concept of strategic management. The main stages of the process of implementation of business development strategy are considered. The main goals of strategic planning for the development of small and medium business in the agricultural sector are analyzed. The bases of creation of strategic plans of agricultural enterprises are investigated. Based on the research conducted in the article, the author provides the following conclusions. The development of the strategy of small and medium enterprises becomes meaningful if the strategy is successfully implemented in the future. To control the process of strategy implementation and gain confidence in achieving the goals, entrepreneurs, business leaders should develop appropriate plans, programs, projects and budgets. Meeting the needs of small and medium enterprises in increasing attention to the strategic aspects of management related to solving the problem of sustainable development of the enterprise in accordance with the actively changing environmental conditions, will be relevant and research in this period in demand. In addition, many strategic decisions are made intuitively, so the development of conceptual frameworks for strategic decision-making is essential, practical and scientific novelty.

Key words: entrepreneurship, strategy, management, development, agricultural sector of economy, realization, region.