

В современное время очень трудно оценить масштабы нелегальной экономики, так как она не поддается официальной статистике. Но все же имеются механизмы примерной оценки удельного веса данной сферы [1, с. 100].

Теневой экономикой можно считать любую экономическую деятельность, которая не поддается учёту и не имеет контроля со стороны государства.

В настоящее время, когда Российская экономика стремится к экономическому прогрессу, основным фактором укрепления финансового и общественного баланса считается теневая экономика, так как именно она предоставляет возможность для выживания бизнеса и населения России.

На данном этапе развития теневые факторы считаются неотъемлемым звеном финансовых взаимосвязей и взаимоотношений; а так же присутствие легальной экономики в теперешнем облике невыполнимо в отсутствие «параллельного» теневого сектора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Никифоров, Л.Н. Теневая экономика: основы возникновения, эволюции и ослабления / Л.Н. Никифоров, Т. Кузнецова, В. Фельзенбаум // Вопросы экономики. – 2016. – №1. – с. 100–111.
2. Таксанов, А.С. Теневая экономика: краткая история и масштабы / А.А. Танков // Исторический вестник. – 201. – №10. – С.241–257.
3. Твердюкова, Е.Д. Теневая экономика: методы анализа и оценки / Е.Д. Твердюкова. – М.: Экономика и математические методы, 2017.– 223 с.

УДК 332.13

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

Н.Э. Полунина

г. Белгород, Россия

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В статье рассмотрены роль и задачи стратегического планирования в сфере функционирования и развития промышленных предприятий.

Ключевые слова: стратегическое планирование, товарная стратегия предприятия, инновации, прогнозирование, потенциал, долгосрочные планы, перспективные цели, перспективные направления развития предприятия, стратегический подход, методы стратегического менеджмента, миссия.

STRATEGIC PLANNING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE REGION

N.E. Polunina

Belgorod, Russia

Belgorod state national research University

The article deals with the role and objectives of strategic planning in the functioning and development of industrial enterprises.

Keywords: strategic planning, commodity strategy of the enterprise, innovations, forecasting, potential, long term plans, long term goals, long term directions of development of the enterprise, strategic approach, methods of strategic management, mission.

В условиях рыночной экономики согласование системы стратегического планирования должно обеспечить эффективное функционирование и развитие промышленных предприятий. К главным задачам стратегического планирования при этом относятся: выбор основных направлений развития производства; разработка стратегии

поведения на рынке; разработка товарной стратегии предприятий; ориентация на инновации. Для сохранения устойчивого положения на рынке предприятие должно вкладывать значительные средства в прогнозирование конъюнктуры рынка, внедрение научно-технических достижений, совершенствовать организацию производства и методы управления. Такая политика обеспечивает надежную финансовую базу предприятия, позволяет мобилизовать средства для нейтрализации возможных рисков, связанных с организационными, экономическими и политическими колебаниями в обществе и на рынке, обеспечивает конкурентоспособность предприятия. Стратегическое управление, как важная составляющая управления промышленными предприятиями, позволяет предприятию приспособиться к условиям изменяющегося окружения, оптимально использовать имеющийся потенциал, быстрее достигать поставленных целей. Система стратегического планирования должна быть целостной. Отсутствие данной целостности негативно влияет на результаты экономического развития предприятия в отрасли.

На многих отечественных промышленных предприятиях стратегическое планирование осуществляется необоснованно, без соблюдения основных принципов, учета динамичности окружения, без направленности на достижение конкретных целей эффективного функционирования и развития предприятия. Поэтому вопросы организации стратегического планирования на промышленных предприятиях остаются актуальными и в дальнейших научных исследованиях.

Анализ научной литературы свидетельствует, что с точки зрения экономической сферы деятельности под стратегией понимают долгосрочные планы руководства предприятия, направленные на укрепление позиций предприятия, удовлетворение потребителей и достижение перспективных целей. Существует и понимание экономической стратегии, долгосрочного намерения руководителей предприятий по маркетингу, производству, финансам, коммерции, персонала. Изменения определений «стратегия» происходят вместе с изменениями внешней среды.

Стратегическое планирование деятельности предприятий позволяет реализовать поставленные цели с учетом возможностей и перспектив развития, скоординировать деятельность всех подразделений предприятия в направлении повышения эффективности его функционирования, оптимизировать ресурсный потенциал предприятий. В целом стратегическое планирование представляет собой комплекс действий и решений руководства предприятия, направленные на достижение поставленных целей [4, с. 126].

В современных условиях интенсивного развития экономики актуальным является организация стратегического планирования на промышленном предприятии, для чего необходима разработка и внедрение комплекса организационных, экономических и технических мероприятий, которые базируются на анализе потенциальных возможностей и угроз деятельности предприятия, включающие инвестиционную составляющую и будут четко отражены в стратегическом плане своего развития. Важнейшая задача стратегического планирования — обеспечить предприятию возможность достижения необходимого преимущества перед другими конкурентами путем использования самых эффективных средств, способствующих поставленным целям. Поэтому стратегическое планирование на промышленных предприятиях должно быть направлено на их долгосрочное развитие, достижение более высоких темпов экономического роста на основе поэтапного совершенствования различных производственно-технических факторов и организационно-управленческих структур с целью обеспечения высокого качества работы персонала и уровня жизни своих работников.

Стратегическое планирование на микроуровне, как подтверждает мировая практика, является основой взаимодействия множества внутренних и внешних экономических процессов, факторов и явлений [2, с. 110]. Стратегический план задает перспективные направления развития предприятия, определяет основные виды деятельности организации, позволяет увязывать в единую систему маркетинговую, проектную, производственную и финансовую деятельность, а также позволяет лучше понимать структуру потребностей,

процессы планирования, продвижения и сбыта продукции, механизм формирования рыночных цен; устанавливает каждому подразделению, в целом организации конкретные и четкие цели, которые согласовываются с общей стратегией развития предприятия, обеспечивают координацию усилий всех функциональных служб организации.

Стратегический подход стимулирует менеджеров предприятия лучше оценивать свои сильные и слабые стороны с точки зрения конкурентов, возможностей, ограничений и изменений окружающей среды.

Методы стратегического менеджмента на предприятии стали использоваться только в последние годы. Уровень сложности и использования по-прежнему очень ограничен. Стратегия на предприятии сводится к миссии, стратегическим целям и стратегическому плану. Стратегии на предприятии в такой ограниченной форме, как правило, формализованы и объединены с планом реструктуризации, который разработан руководством.

Второй вопрос заключается в том, что стратегии управления предприятием часто рассматриваются как основной официальный документ, позволяющий избежать некоторых вопросов для разных заинтересованных сторон. Часто в стратегии приведены лишь теоретические положения и, менее вероятно, предложены конкретные решения по управлению. Большинство руководителей также дистанцируются от этой стратегии, которую они создают, отмечая, что она адаптирована к потребностям органов подчинения и других заинтересованных сторон.

Третья проблема заключается в сужении стратегии к описанию миссии и целей, а также финансовых вопросов и управления качеством продукции. Недостаточно представлены в стратегии отдельные части маркетинга (например, бренд-стратегии), управления человеческими ресурсами (например, системы стимулирования труда). Такая узкая перспектива ограничивает использование многочисленных проверенных средств стратегического управления в различных функциональных сферах.

Наблюдается также слабое использование инструментов стратегического анализа и маркетинговых исследований, которые могли бы стать основой для выработки стратегической политики развития предприятия. Руководители, как правило, не используют другие аналитические инструменты, кроме: SWOT-анализа, анализа ресурсов и анализа внешней среды. Использование, например, методов бенчмаркинга, анализа сектора, стратегических карт, системы сбалансированных показателей или исследование рынка может значительно обогатить и сделать более эффективным процесс стратегического управления.

С целью усовершенствования деятельности предприятия целесообразным является формирование и реализация инновационной стратегии, которая в значительной степени зависит от развития инновационной среды. Особенностью инновационной среды является его способность генерировать синергию, то есть, добавленная стоимость получается не только из кумулятивного эффекта от деятельности субъектов, которые функционируют в среде, но и из их взаимодействия между собой.

Главная задача инновационной деятельности промышленного предприятия связана с обеспечением их конкурентоспособности в институциональной среде посредством управления потоковыми процессами. При формировании инновационной стратегии развития промышленного предприятия должна использоваться научно обоснованная концепция модернизации предприятия, которая учитывает особенности инновационной деятельности предприятия, его положение на рынке и влияние факторов внешней среды.

Поскольку ключевым элементом концепции инновационного развития является цепочка создания стоимости как для потребителя, так и для самого предприятия, активное применение маркетинговых и логистических подходов, которые расширяют возможности создания потребительской ценности инновации, позволяет получать конкурентные преимущества и формировать сегмент лояльных потребителей инновационной продукции.

Маркетинговое обеспечение формирования инновационной стратегии развития предприятия позволяет наладить необходимый уровень коммуникации с потребителями продукции, выявлять их потребности еще на этапе создания инновации, что будет

способствовать выходу на рынок именно с той инновацией, на которой существует или может быть сформирован спрос соответствующего уровня качества и обслуживания.

Формирование рыночного спроса на нововведение обуславливает необходимость применения таких маркетинговых приемов, как активная сбытовая деятельность предприятий и продвижение нововведения на этапе выхода на рынок.

Роль логистического обеспечения формирования инновационного потенциала предприятия заключается в обеспечении логистической пригодности инновации, а именно: соответствия требованиям логистического управления, обеспечении эффективности инновационной деятельности предприятия на основе минимизации затрат ресурсов и времени, формировании партнерских отношений с поставщиками материальных ресурсов и потребителями на основе логистических цепей.

Логистический подход позволяет разработать четкую инновационную стратегию развития предприятия, которая должна соответствовать главной цели его функционирования (рисунок).

Логистическое обеспечение формирования инновационной стратегии предприятия возможно при реализации таких механизмов:

- сосредоточение значительных ресурсов в стратегически инновационной деятельности;
- реинжиниринг бизнес–процессов для логистического обеспечения реализации инновационной стратегии;
- внедрение логистических подходов в формирование и реализацию инновационной стратегии функционирования промышленного предприятия будет способствовать повышению динамики объема реализации инновационной продукции; сокращению доли себестоимости за счет снижения затрат при внедрении инновационных технологий; оптимизации затрат на инновационное обеспечение;
- увеличение доли рынка и уровня удовлетворенности потребителей;
- повышение уровня мотивации работников, привлекаемых в инновационную деятельность предприятия.



Рис. Инновационная стратегия развития предприятия

Стратегическое планирование, как процесс определения главных целей организации, ресурсов, необходимых для их достижения, и политики, направленной на приобретение и использование этих ресурсов, имеет целью долгосрочное обеспечение результативности предприятия и освоение его новых возможностей. Для этого необходим наиболее полный учет изменений окружающей среды, представляющих собой потенциальные угрозы для предприятия, а так же предвидение неподконтрольных сил, критических тенденций со стороны окружения и ограничения их возможного влияния на промышленное предприятие. Стратегическое планирование по целям представляет собой метод сочетания планирования, контроля и мотивации, который успешно применяется многими предприятиями для уменьшения числа конфликтов и снижения отрицательной реакции людей на контроль путем их участия в этом процессе. Метод планирования по целям помогает реализовать стратегию путем улучшения связи между целями подчиненных, целями их руководителей и целями предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ковтун О. И. Стратегии предприятия: монография / О. И. Ковтун. — Львов: Издательство Львовской коммерческой академии, 2008. — 424 с.
2. Точилин В. О. Модели стратегического планирования: мировой опыт и практика внедрения / В. О. Точилин // актуальные проблемы экономики. — 2007. — № 1. — С. 109–116.
3. Геец В. М. Барьеры на пути развития промышленности на инновационной основе и возможности их преодоления / В. М. Геец // Экономика Украины. — 2015. — №1(638). — С. 4–25.
4. Кравцова Л. В. Стратегическое планирование развития предприятий жилищно-коммунального хозяйства / Л. В. Кравцова // Вестник Хмельницкого национального университета. — 2009. — № 3 — С. 125–127.
5. Данилева Е. И. Взаимосвязь стратегического и оперативного управления в системе управления компанией / Е. И. Данилева // Экономика. Социология. Менеджмент. — 2009. — № 4. — С. 24–27.
6. Липец Ю.А. Внедрение стратегического менеджмента на предприятиях Украины как прогрессивного направления их развития / Ю. А. Липец // проблемы науки. — 2010. — № 6. — С. 55–58.

УДК 631.71

ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Н.Т. Сарганова

г. Костанай, Республика Казахстан

Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова

В статье рассмотрены теоретические и практические основы цифровизации. Приведены результаты международного опыта внедрения цифровизации в различные сектора экономики. Рассмотрены особенности цифровизации в сельском хозяйстве. Представлены задачи, определенные в программных документах и послании через повышение производительности труда в АПК и увеличения экспорта переработанной сельскохозяйственной продукции. Также представлено исследование процессов, связанных с развитием цифровых технологий, а также их влияния на АПК. Цифровизация АПК Казахстана на сегодня является приоритетной государственной политикой. Рассмотрен опыт создания хабов в Казахстане и Костанайской области. Представлены основные направления функционирования хабов, их возможности.

Ключевые слова: цифровизация, агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, инновационные технологии, инвестиции, устойчивое развитие, конкурентоспособность.