

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ

У статті досліджено наукові підходи до визначення економічної сутності понять «стратегія» та «стратегія розвитку підприємства» у зарубіжній та вітчизняній науковій літературі. Сформульовано поняття «стратегія розвитку підприємства харчової промисловості».

Ключові слова: стратегія, розвиток, стратегія розвитку підприємства, стратегія розвитку підприємства харчової промисловості.

У процесі розвитку ринкової економіки в Україні перед вітчизняними підприємствами постає проблема розробки та вибору пріоритетних напрямків діяльності. Для підвищення своїх позицій на конкурентному ринку підприємствам необхідно активно використовувати заходи, завдяки яким буде можливо забезпечити подальший розвиток підприємств. Тільки розвиваючись, організація може досягнути основної мети своєї діяльності – отримання прибутку, зберігаючи конкурентоспроможність.

Таким чином, ефективна діяльність суб'єкта господарювання повинна ґрунтуватися на формуванні альтернативної стратегії розвитку, яка надасть можливість гнучко реагувати на зміни ринкової ситуації, допоможе підприємству обрати свій раціональний шлях розвитку, буде спрямованою на покращення конкурентного середовища та стабільності в економіці.

У процесі розвитку кожне підприємство (у тому числі і харчове) стикається з певними проблемами, подолання яких здійснюється шляхом стратегічного планування та прийняття ефективних управлінських рішень. А технології стратегічного планування відіграють важливу роль при формуванні стратегій розвитку підприємств.

Теорії стратегічного розвитку відведено важливе місце в сучасному переліку актуальних наукових дискусій. Питання, пов'язані з визначенням та формуванням стратегії розвитку підприємства, знайшли своє відображення в роботах вітчизняних та зарубіжних науковців. Цій темі присвячені праці І. Ансоффа [1], В. А. Васильченко [6], О. С. Віханського [7], В. С. Єфремова [10], Л. Д. Забродської [9], Б. Карлоффа [11], Г. Мінцберга [17], С. В. Оборської [28], А. А. Томпсона [25], Р. А. Фатхутдінова [26], А. Д. Чандлера [27], З. С. Шершньової [28], Н. В. Шеховцевої [29] та ін. Однак, незважаючи на різноманітність існуючих досліджень, все ж залишається відкритим питання дефініції «стратегія розвитку підприємства».

Метою статті є дослідження і узагальнення теоретичних підходів до визначення економічної сутності поняття «стратегія розвитку підприємства».

У межах дослідження ставились наступні завдання: простежити еволюцію тлумачення поняття «стратегія» у зарубіжній та вітчизняній науковій літературі; встановити зміст поняття «стратегія розвитку

підприємства»; запропонувати визначення поняття «стратегія розвитку підприємства харчової промисловості».

Історично поняття «стратегія» склалася у військовому лексиконі та тлумачилося як мистецтво або наука ведення воєнних дій. Свідченням цього є давньокитайський трактат про військове мистецтво «Сунь-Цзи», датований п'ятим століттям до нашої ери [17, с. 23]. Слово «стратегія» походить від старогрецьких слів «stratos» – «армія» та «agos» – «я керую».

Запозичення категорії «стратегія» з військового лексикону пояснюється тим, що підприємства в розвинених країнах опинилися в умовах, близьких до «воєнних дій» наприкінці 50-х років, пов'язаних із насиченням ринку, зростанням конкуренції, коли, щоб вижити, треба було боротися. «Воєнні дії» потребували теоретичного забезпечення. Відтоді теорія та практика управління просунулися далеко вперед.

Поняття «стратегія» почало вживатись у сфері управління на початку 60-х рр. ХХ ст. А. Д. Чандлер став автором першого наукового доробку «Стратегія і структура» у галузі стратегічного управління. Він вважав, що стратегія – «це визначення основних довгострокових цілей і задач компанії та вироблення напрямку дій, розподіл ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей» [27, с. 23]. Це визначення, зроблене ще у 1962 році, як показує практика, становить класичний погляд на саму сутність стратегії підприємства.

Інше ключове визначення було зроблене у 1971 році К. Ендрюсом, який до класичної дефініції А. Чандлера додав поняття «відмітної компетенції» і трактував стратегію «як встановлення ідеальної аналітичної мети, для досягнення якої здійснюється ідентифікація складових: ринкових можливостей підприємства, його загальної компетенції та ресурсів, власних цінностей та прагнень, підтвердження зобов'язань підприємства перед суспільством та його членами» [19, с. 18]. Таким чином, стратегія за К. Ендрюсом розглядається в традиційному розумінні представників наукової школи дизайну як засіб забезпечення відповідності внутрішніх сил і можливостей підприємства зовнішнім потребам.

Однак, як справедливо зазначає Г. Мінцберг, одного простого визначення стратегії не існує і наводить дефініції стратегії в розрізі п'яти «П»: як план (обраний курс дій), принцип поведінки, позиція, перспектива,

прийом (особливий «маневр»), які окреслюють роль стратегії в підприємстві [18].

Для того, щоб комплексно оцінити концептуальні розходження між різними науковими дефініціями поняття «стратегія», необхідно дати відповідь на наступні ключові питання, які й визначають структурні елементи поняття:

- Що є базовим поняттям (або дією), яке закладається у розуміння стратегії підприємства?;
- Які інструменти реалізації закладені у визначенні стратегії підприємства?;
- Який загальний результат очікується від реалізації стратегії?

Аналіз теоретичних надбань менеджменту, дозволяє виділити основні варіанти визначення базового поняття «стратегія»:

1) «набір правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності» – І. Ансофф [1, с. 165];

2) за О. С. Віханським, «довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації, що відноситься до сфери, засобів і форм її діяльності» [7, с. 88]; у З. Е. Шершньової, С. В. Оборської «довгостроковий курс розвитку фірми, спосіб досягнення цілей, які вона визначає для себе, керуючись власними міркуваннями» [28, с. 118]; «довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації» – В. А. Белошапка, Г. В. Загорний [3];

3) за М. Портером, «наступальні чи оборонні дії, спрямовані на створення стійкого становища в галузі» [22, с. 51]; за Б. Карлоффом «узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координації ресурсів компанії» [11, с. 148]; «якісно визначена, узагальнена модель довгострокових дій організації, що необхідно здійснити для досягнення поставлених цілей за допомогою розподілу та координації своїх ресурсів» – В. А. Василенко, Т. І. Ткаченко [6, с. 366];

4) «система довгострокових цілей діяльності підприємства і вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення» – І. О. Бланк [4, с. 29];

5) «набір напрямків діяльності» – А. Наливайко [19, с. 23];

6) детальний всебічний комплексний план: «детальний усебічний комплексний план, призначений для реалізації місії організації і досягнення цілей» – М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі [16, с. 696]; за Р. А. Фатхутдіновим «програма, план, генеральний курс суб'єкта управління з досягнення ним стратегічних цілей» [26, с. 7]; «план управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб споживачів і досягнення поставлених цілей» – А. Стрікланд, А. Томпсон [25, с. 11];

7) «система установок і заходів спрямованих на довготермінове зміцнення конкурентної позиції підприємства» – Н. В. Шеховцева [29, с. 39];

8) «функціональний засіб організації діяльності людей і розподілу ресурсів, що дає змогу досягти стратегічної мети» – В. Колпаков [12];

9) «координуючий, об'єднуючий фактор між цілями та ресурсами фірми» – Н. В. Куденко [13, с. 11];

10) «комплекс прийнятих менеджментом рішень щодо розміщення ресурсів підприємства» за П. С. Дойлем [8, с. 36].

Зокрема В. А. Белошапка, Г. В. Загорний, В. Ф. Оберемчук, С. В. Оборська, З. Е. Шершньова формулюють результат реалізації стратегії як розвиток

організації. На нашу думку, саме цей підхід до визначення поняття стратегії варто вважати найбільш змістовним, оскільки досягнення цілей можна розглядати як процес розвитку підприємства. Таким чином, можна зробити висновок, що будь-яка стратегія підприємства орієнтована на забезпечення його розвитку.

Розглядаючи зміст поняття «розвиток», Л. Д. Забродська визначає його як просування від більш простого до більш складного ефективного [9]. Л. Г. Мельник визначив розвиток як незворотну, спрямовану, закономірну зміну системи на основі реалізації внутрішньо притаманних їй механізмів самоорганізації [15, с. 23]. Таким чином, основними властивостями розвитку є незворотність, спрямованість, закономірність, а також упорядкованість та активна роль внутрішніх механізмів самоорганізації [15, с. 19-23].

У науковій літературі поняття «розвиток організації» починає розглядатися у 1950-х рр. ХХ ст. На той час організаційний розвиток вважався специфічною стратегією системних змін, спрямованою на підвищення ефективності діяльності організації за рахунок удосконалення управління організаційними процесами, структурами і культурою. У 60-70-х рр. ХХ ст. вивчення організаційного розвитку фокусувалось на удосконаленні внутрішнього функціонування організації шляхом покращення комунікацій, уточнення організаційних ролей, створення команд тощо. У 1980-х рр. ХХ ст. поняття «організаційний розвиток» під впливом загострення конкуренції, розвитку інформаційних технологій, політичних та економічних змін набуло нового змісту. Основними його складовими починають виступати: місія, ключові принципи, бачення, стратегія організації.

Н. Афанасьєв, В. Рогожин, В. Рудика розглядають поняття «розвиток підприємства» як об'єктивну зміну тільки якісних характеристик системи, зумовлену як фундаментальними законами природи (єдності й боротьби протилежностей, переходу кількості у якість, розвитку суспільства по спіралі і нагору), так і закономірностями функціонування конкретних систем (старіння устаткування, нагромадження досвіду і знань працівниками, виснаження природних ресурсів), за якої формуються нові властивості системи [2, с. 27].

Аналізуючи зазначені визначення понять «стратегія» і «розвиток», можна прослідкувати тісний взаємозв'язок між ними. З одного боку, вчені, що досліджують проблеми стратегічного управління, розглядають розвиток як результат реалізації стратегії. З іншого боку, вчені, які розробляють теорію організаційного розвитку, визначають стратегію як інструмент забезпечення розвитку підприємства. У даному контексті можна погодитися з В. С. Єфремовим, що стратегія формує бачення майбутнього розвитку [10, с. 4]. На підприємствах, у яких стратегія функціонування відсутня або нечітко сформульована, розвиток має еволюційний характер. Відповідно, у компаніях, що діють згідно із стратегічним планом, розвиток відбувається революційно. Г. Мінцберг зазначав, що стратегічне управління наявне лише в тих організаціях, які готові йти на революційні зміни [17]. Таким чином, стратегічне управління надає організації спрямованості розвитку, але періодично призводить до організаційних криз.

У науковій літературі немає чіткого визначення терміну «стратегія розвитку підприємства».

Стратегічний розвиток підприємства ототожнюється і з еволюцією, і з економічним зростанням, і з процесом досягнення основної цілі організації. Пономаренко В. С. та співавтори [20, с. 312] ототожнюють стратегію розвитку підприємства зі стратегією підприємства.

У «Великій економічній енциклопедії» зазначено, що: «Стратегія розвитку передбачає проведення диверсифікації і реструктуризації виробництва для прискорення обертання капіталу, зменшення витрат, підвищення якості продукції і оновлення номенклатури. Важливішими її елементами є пошук нових ринкових ніш та удосконалення управління. Стратегія розвитку властива підприємствам, які мають істотний науково-технічний потенціал, які займають вагоме місце на ринку і контролюються чітко вираженими власниками. Але в ході реалізації стратегії вони зіштовхуються з серйозними перешкодами: нестачі фінансів, спеціалістів та часу. Динаміка змін зовнішнього середовища часто випереджає модифікаційні процеси всередині підприємства» [5, с. 642].

Якщо узагальнити всі вищезазначені наявні в літературі визначення поняття «стратегія розвитку підприємства», можна дійти висновку, що це інтегроване поняття, яке комбінує стратегічні напрямки розвитку (альтернативи) і функціональні стратегії керування, складає встановлену на тривалий період сукупність норм, орієнтирів, напрямків, сфер, способів і правил діяльності, які забезпечують упевнений рух підприємства, його зростання і високу конкурентоздатність, що зміцнює позиції на ринку, підвищує здатність виживання на ринку. Стратегія розвитку підприємства повинна забезпечувати оптимізацію довгострокової норми прибутку зміцнення конкурентних позицій підприємства, максимальну віддачу від капіталовкладень та задоволення потреб клієнта, а також більш ефективне використання матеріальних ресурсів підприємства.

Але розглядати стратегію розвитку як повністю систематизований процес, який має чітку послідовність дій, виконання яких призведе до неминучого успіху в сучасних умовах нестабільної економічної ситуації в Україні, є неправильним. Для сучасних організацій стратегію необхідно розглядати як набір тактичних засобів, які можуть та повинні змінюватись відповідно до ситуації, що склалася на ринку. Це більшою мірою стосується харчової галузі, оскільки харчова промисловість є однією з найважливіших складових національної економіки, від функціонування якої залежать усі сфери суспільного виробництва і соціальний клімат у державі.

Розробка та вибір тієї чи іншої стратегії розвитку

Список літератури

1. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф; пер. с англ. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятия [Текст]: монография / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудика. – Х.: Издательский дом «ИНЖЭК», 2003. – 184 с.
3. Белошапка В. А. Стратегическое управление: принципы и международная практика [Текст]: учебное пособие / В. А. Белошапка, Г. В. Загорий. – К.: Абсолют-В, 1998. – 352 с.
4. Бланк И. А. Торговый менеджмент [Текст] / И. А. Бланк. – К.: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 1997. – 408 с.
5. Большая экономическая энциклопедия. – М.: Изд-во «Эксмо», 2008. – 816 с.
6. Васильченко В. А. Стратегічне управління [Текст]: навчальний посібник / В. А. Васильченко, Т. І. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
7. Виханский О. С. Стратегическое управление [Текст]: учебное пособие. / О. С. Виханский. – М.: Гардарики, 1999. – 296 с.
8. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика [Текст]: учебное пособие / П. Дойль. – СПб.: Питер, 1999. – 560 с.
9. Забродська Л. Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії [Текст]: навч. посібник для студ. / Л. Д. Забродська. – Х.: Консул, 2004. – 2008 с.
10. Ефремов В. С. Стратегическое управление в контексте организационного развития [Электронный ресурс] / В. С. Ефремов. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/1999-1/01.shtml>

підприємства харчової промисловості залежить від ресурсів, внутрішніх та зовнішніх умов, можливостей підприємства та ризиків, які повинні передбачатися.

Стратегія розвитку харчової промисловості спрямована на підвищення конкурентоспроможності харчової галузі та отримання додаткового доходу від її діяльності. Відповідно до цього стратегія розвитку харчового підприємства повинна бути спрямована на розширення сфери діяльності цього підприємства з метою отримання додаткового прибутку. У такому випадку стратегія розвитку виступає не лише як інструмент постановки та реалізації цілей, але і як засіб підприємства із зовнішнім ринковим середовищем. Однак на сьогодні не визначено поняття «стратегія розвитку підприємства харчової промисловості», яке б урахувало всі чинники та фактори впливу (дефіцит сировини, якість продукції тощо) на підприємство цієї галузі та визначало напрям його розвитку.

Ураховуючи усі особливості розвитку харчової галузі сформулюємо авторське поняття: стратегія розвитку підприємства харчової промисловості – довготермінова програма дій та визначене уявлення про майбутнє розвитку підприємства харчової промисловості відповідно до сфери його діяльності, з урахуванням мінливого зовнішнього середовища (кліматичні умови, дефіцит сировини, рівень якості сировини і продукції, розвиток технологій обробки сировини), системи внутрішніх зв'язків, що допомагає підприємству харчової промисловості досягати поставлених цілей, ураховує можливості інших підприємств харчової галузі, які їх взаємодоповнюють.

На сьогодні розвиток – це одна з найважливіших категорій економіки, оскільки розвиток підприємства, його структура та продукт є фактором підвищення ефективності, досягнення беззбиткового рівня діяльності. Узагальнюючи вищедосліджувані поняття, можна зробити висновок, що стратегія розвитку підприємства базується на розумінні розвитку як процесу якісних змін та перетворень у діяльності підприємства у зв'язку з необхідністю розв'язання існуючих протиріч, а стратегії – як способу та напрямку розвитку. Отже, зміни – це основа розвитку, а стратегія – це розроблений план розвитку.

Проблематику визначення стратегії розвитку підприємства не можна вважати вичерпаною. Для конкретизації її сутності необхідні глибші дослідження питання умов, механізмів та принципів розвитку, вирішення яких дасть змогу більш точно встановити сутність та зміст стратегії розвитку підприємства, а також забезпечити умови для його практичної реалізації.

11. Карлофф Б. Деловая стратегия. Концепция, содержание, символы [Текст] / Б. Карлофф; пер. с англ. – М.: Экономика, 1993. – 287 с.
12. Колпаков В. Концептуальные основы стратегии управления [Текст] / В. Колпаков // Персонал. – 2002. – № 3. – С. 38-44
13. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг [Текст]: навчальний посібник / Н. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 1998. – 152 с.
14. Кучер А. Механізм стратегії розвитку підприємства харчової промисловості [Текст] / А. Кучер, Т. Міняйло // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №1. – С. 95-100.
15. Мельник Л. Г. Фундаментальные основы развития [Текст] / Л. Г. Мельник. – С.: ИТД «Университетская книга», 2003. – 288 с.
16. Мескон М. Основы менеджмента [Текст] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 1998. – 704 с.
17. Минцберг Г. Школы стратегий [Текст] / Г. Минцберг, Б. Альстренд, Д. Лемпел. – СПб.: Питер, 2000. – 336 с.
18. Минцберг Г. Стратегический процесс [Текст] / Г. Минцберг, Дж. Куинн; пер. с англ. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.
19. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку [Текст]: монографія / А. П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.
20. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах криз [Текст]: монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Х.: Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2003. – 328 с.
21. Попова Н. В. Розробка стратегії розвитку підприємства [Текст] / Н. В. Попова, Н. М. Бєлєвцова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29 – С. 359-363
22. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції [Текст] / Майкл Е. Портер; пер. з англ. – К.: Основи, 1997. – 390 с.
23. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі [Текст]: монографія / О. В. Раєвнева. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
24. Сокиринська І. Г. Аспекти стратегічного розвитку підприємства [Текст] / І. Г. Сокиринська, О. В. Хохлова // Вісник СумДУ «Економіка». – 2011. – №4. – С. 165-168
25. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Текст]: учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; пер. с англ. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
26. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент [Текст]: учебное пособие / Р. А. Фатхутдинов. – 7-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2005. – 448 с.
27. Чандлер А. Стратегия и структура [Текст] / А. Чандлер. – М.: Мир, 1988. – 464 с.
28. Шериньова З. Є Стратегічне управління [Текст]: навчально-методичний посібник / З. Є. Шериньова, С. В. Оборська, Ю. М. Ратушний. – К.: КНЕУ, 2001. – 232 с.
29. Шеховцева Л. С. О некоторых понятиях стратегического управления [Текст] / Л. С. Шеховцева // Менеджмент в России и за рубежом. – № 6. – 2002. – С. 34-41

РЕЗЮМЕ

Денисюк Инга

Стратегия развития предприятия пищевой промышленности: экономическая сущность

В статье исследованы научные подходы к определению экономической сущности понятий «стратегия» и «стратегия развития предприятия» в зарубежной и отечественной научной литературе. Сформулировано понятие «стратегия развития предприятия пищевой промышленности».

RESUME

Denysiuk Inga

Strategy of development of enterprise of food industry: economic essence

In the article there have been analyzed the scientific approaches to the determination of economic essence of concepts «strategy» and «strategy of development of enterprise» in foreign and domestic scientific literature. A concept «strategy of development of enterprise of food industry» is formulated.

Стаття надійшла до редакції 18.02.2013 р.