

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ АКТИВІЗАЦІЇ РИНКОВОЇ ТА ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОЛІЄЖИРОВІЙ ГАЛУЗІ

Постановка проблеми. Забезпечення стійкого ефективного розвитку олієжирового комплексу, вимагає нових, більш досконалих методів і форм його регулювання, реструктуризації підприємств і на цій основі удосконалення їх розміщення. Ряд невирішених проблем є в забезпеченні оперативного реагування підприємств на кон'юнктурні зміни та світові тенденції науково-технічного розвитку.

Виробництво та переробка олійної сировини відносяться до провідних галузей світового агропромислового виробництва із майбутнім освоєнням його нових можливостей. Насіння соняшника та продукти його переробки - найбільш привабливі продукти на аграрно-продовольчому ринку, попит на які постійно зростає. В Україні вони є традиційними видами продукції [1].

Увага до проблеми підвищення економічної ефективності функціонування ринку насіння соняшника та продуктів його переробки викликана насамперед тим, що від успішного розв'язання її залежить зростання прибутку підприємств, підвищення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому та світовому ринках, забезпечення сталого розвитку агропромислового комплексу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій вітчизняній і зарубіжній літературі представлені окремі теоретико-методологічні аспекти розвитку олієжирового комплексу. Вони ґрунтуються на різних концепціях і програмах розвитку харчової і, в її складі олієжирової промисловості. Їх результати відображено у наукових працях В.І. Бойко, О.Г. Волошук, В.М. Гаврилюк, О.Г. Дерев'янка, М.В. Калінчик, С.П. Капшук, В.В. Лазня, А.А. Побережна, М.В. Присяжнюк, П.Т. Саблук, О.М. Шпичак та ін. В працях цих науковців висвітлюються проблеми олієжирового комплексу, розкриваються організаційно-економічні особливості функціонування підприємств галузі, оцінюються тенденції їх розвитку.

Невирішені частини загальної проблеми та мета статті. Разом з тим, теоретико-методологічні, методичні та практичні питання розміщення, розвитку та підвищення ефективності функціонування олієжирової промисловості в ринкових умовах ще не повною мірою досліджені, особливо в регіонах її спеціалізації. Існуюча в Україні система регулювання розвитку олійно-жирового комплексу залишається досі малоефективною, суперечливою, значною мірою відірваною від потреб населення, оскільки будується на недостатньо досконалих методах управління, застарілих нормах і правилах.

Це обумовлює актуальність дослідження, необхідність удосконалення організаційно-економічного механізму регулювання розвитку олієжирового комплексу. Головна ідея роботи полягає у тому, щоб на основі визначення методів і форм аналізу, виявлених взаємозв'язків та суперечностей в динаміці реструктуризації підрозділів комплексу обґрунтувати перспективні напрями регіонального розвитку та підвищення ефективності виробництва.

Виклад основного матеріалу. Питання функціонування ринку насіння соняшника та продуктів його переробки вимагають більш глибокого дослідження. До основних з них відносяться організаційно-економічні важелі, підвищення урожайності і якості насіння, дотримання сівозмін, скорочення втрат соняшника на стадіях збирання та переробки, експорт насіння, попит на продукцію, ціноутворення, маркетингова політика, впровадження нового і модернізація діючого устаткування, конкурентоспроможність продукції на світовому і вітчизняному ринках, створення і обґрунтування стратегічних напрямів ефективного функціонування олієжирового підкомплексу.

Підприємства олієжирової галузі України можна поділити на декілька категорій. До першої категорії належать підприємства, що виробляють олію: олієжирові та олієекстракційні комбінати. До другої категорії належать дрібні виробники олії в компаніях, для яких виробництво олії – не основний вид діяльності. Ці переробні підприємства більше залежать від ситуації на внутрішньому ринку, так як на них налагоджено виробництво дрібних партій олії, і вони забезпечують потреби сільського населення. Україна майже єдина країна в світі, де населення надає перевагу нерафінованій олії і не лише тому, що воно дешевша. Але останнім часом намітилася тенденція до збільшення частки олії в пляшках та рафінованої олії.



Рисунок - 1 Категорії підприємств олієжирової галузі України [2].

Сільськогосподарські підприємства використовують для переробки насіння власної олійниці з метою отримання готівки для поточних витрат. Дрібні виробники виробляють до 30% від загального обсягу олії. Третю категорію складають виробники олієжирової продукції – маргаринові заводи, миловарні комбінати. У результаті переробки насіння олійних культур отримують продукти первинної переробки (олію та шрот), продукти більш глибокої переробки (майонез, маргарин, мило, жири кондитерські, оліфи) та крихту кісточкову, отриману після переробки плодів кісточок, соняшникове борошно та білкові кислоти.

Аналіз олієжирової галузі показує, що стратегія розвитку повинна складатися з наступних розділів, відповідних сфер функціонування та напрямками розвитку галузі, позитивних структурних зрушень, що впливають на підвищення ефективності функціонування галузі. Структура галузі багато в чому визначає ефективність її діяльності, а відбуваються під впливом ринкових відносин в олієжировій галузі регіону структурні зрушення не завжди мають позитивний характер. У структурній стратегії галузі можливі стратегічні рішення по зміні номенклатури продукції, що випускається, стимулюванню виробництва продукції глибокої переробки, імпортозамінної продукції, інноваційної і т.д [3].

Ресурсна стратегія галузі складається з двох підрозділів: стратегії обсягу ресурсних запасів і стратегії їх якості. На відміну від товарної стратегії, номенклатура і асортимент ресурсів звичайно не є предметом стратегічних рішень, оскільки визначаються номенклатурою виробленої продукції. Тому головна увага при формуванні ресурсної стратегії приділяється стратегічним рішенням, що визначає якість закупаваних матеріальних ресурсів і їх обсяг.

Розділи стратегічного розвитку при аналізі олієжирової галузі

Структурна стратегія	сукупність стратегічних рішень, що визначають раціональну структуру галузі, номенклатуру продукції, що випускається
Ресурсна стратегія	сукупність стратегічних рішень, що регулюють поведінку підприємств галузі на ринку виробничо-фінансових та інших факторів і ресурсів виробництва
Технологічна стратегія	стратегічні рішення, що визначають динаміку технологій в галузі і впливу на неї ринкових факторів
Фінансово-інвестиційна стратегія	сукупність стратегічних рішень, що визначають способи залучення й інвестування фінансових ресурсів
Стратегія розвитку кадрового потенціалу	сукупність стратегічних рішень, що визначають способи, інструменти та методи розвитку кадрового потенціалу галузі
Інноваційна стратегія	сукупність стратегічних рішень, що визначають активізацію інноваційного процесу в галузі, акумуляції, створення і збереження знань
Стратегія регулювання	стратегічні рішення, що визначають характер регулювання діяльності підприємств галузі при реалізації обраної стратегії

Структурна стратегія призначена для забезпечення раціональної структури галузі. Технологічна стратегія є важливою складовою комплексної стратегії олієжировій галузі. У кінцевому рахунку саме особливості технології та її динаміки визначають стратегічний потенціал галузі. Від технології в значній мірі залежать рівень витрат і обсяг виробництва, якості продукції та в подальшому її ціна.

Фінансово-інвестиційна стратегія галузі є однією з найважливіших, включає стратегічні рішення щодо пошуку, вибору, організації та оптимізації комплексної стратегії розвитку олієжировій галузі. Ця стратегія також включає розробку напрямків стратегічного розвитку галузі для формування інвестиційної привабливості олієжирових підприємств і галузі в цілому, моніторингу кризових тенденцій та запобігання банкрутства олієжирових підприємств.

На підприємствах олієжирової галузі регіону виникла проблема дефіциту кваліфікованих робітників, практично зруйнованої виявилася система середньої та початкової професійної освіти для цієї галузі. У цих умовах стратегія розвитку кадрового потенціалу галузі має величезне значення.

Інноваційна стратегія розвитку галузі є ключовою складовою комплексної стратегії, тому без активізації інноваційного процесу в галузі неминуче відбудеться остаточна втрата її конкурентоспроможності.

Основними напрямками інноваційної стратегії галузі можуть бути наступні:

- 1) створення умов для підвищення інноваційної активності підприємств;

2) орієнтація наукових організацій та дослідників на вирішення завдань інноваційного розвитку олієжировій галузі регіону;

3) розвиток кооперації між науково-дослідної та підприємницьким середовищем, вдосконалення механізмів дифузії і передачі знань;

4) організація державно-приватного партнерства щодо перспективних напрямків інноваційного розвитку галузі [4].

Важливе значення має стратегія регулювання функціонування галузі та діяльності підприємств при реалізації комплексної стратегії. Очевидно, що не кожне рішення щодо регулювання діяльності галузі є стратегічним, але в даний час ситуація в цій області така, що кількість стратегічних рішень, які необхідно приймати в галузі регулювання діяльності олієжирової галузі регіону дуже велике. Це пов'язано як зі станом галузі та існуючими проблемами її розвитку, так і зі складністю завдань, які необхідно вирішувати.

Ступінь досягнення поставлених стратегічних цілей заснована на оцінці відповідності запланованих цільових показників стратегії і фактично досягнутого їх рівня. Нераціональним стратегічним напрямом зумовлюється, зокрема, зниження прибутковості культури. Тобто успішність функціонування товаровиробників, крім інших факторів макро- і мікроекономічного середовища та суб'єктів ринку, визначають покупці чи замовники насіння, які мають різні потреби, ресурси, ставлення до цього товару і групуються за ознаками, створюючи окремі сегменти ринку.

Шляхами вирішення цих проблем є розробка стратегій: підвищення ефективності вирощування соняшнику; державного регулювання ринку насіння соняшнику та продуктів його переробки; стратегічне дослідження зарубіжних ринків та ринкових сегментів, яка включає в себе два блоки – дослідження потенційних можливостей підприємства та дослідження ринків. Динамізм економічних і соціальних процесів, швидка зміна кон'юнктури на внутрішньому та зовнішньому ринках, необхідність забезпечення стабільного розвитку суспільства у довгостроковій перспективі призвело до все більшого зростання на макро і мікрорівнях соціально-економічної системи ролі стратегічної діяльності.

Стратегія - це комплекс процесів та способів розробки і реалізації стратегічних рішень (у формі прогнозів, проектів програм, моделей, сценаріїв розвитку, бізнес-планів), які передбачають визначення цілей і завдань, реалізація яких забезпечить високоефективне функціонування об'єктів господарювання на довгострокову перспективу та швидку адаптацію до змінних умов зовнішнього середовища. Формування стратегії галузі необхідно проводити на підставі трьох взаємопов'язаних компонентів: суспільних потреб, внутрішніх можливостей виробника і ситуації. Вивчення суспільних потреб, які відображатимуть майбутнє, повинне бути відправним пунктом у розробці будь-якої стратегії підприємства. Важливим являється те, що розробка стратегії повинна дати відповідь на три основні проблеми: які напрямки господарської діяльності необхідно розвивати; які потреби в інвестиціях та інших ресурсах; яка можливість отримання результатів за обраними напрямами.

Дослідження стратегічних напрямів, що проводяться на зарубіжних ринках, як правило, складаються із двох напрямків:

- дослідження ринків;
- дослідження потенційних можливостей підприємства (рис 2.).

У сучасних умовах функціонування підприємства олієпродуктового підкомплексу мають змогу здійснювати лише оцінку привабливості зовнішніх ринків. Вони, як правило, проводяться на основі вторинної інформації, яка може бути одержана в результаті вивчення урядових звітів, досьє зовнішньоторгових організацій, комп'ютерних банків даних і т.д. Такі дослідження відносно недорогі і дають можливість одержати відповідь на ряд запитань, що цікавлять підприємство.

З оцінки привабливості і починаються дослідження іноземних ринків. Проте такі дослідження не дають можливості одержати відповідь на всі запитання, що цікавлять

підприємство, і не всі країни володіють такою інформацією. Отже, стратегічні дослідження, що проводиться на іноземних ринках, відрізняється від того, що проводиться на внутрішньому ринку. Ця різниця полягає:

- 1) в складності одержання первинної інформації;
- 2) нестачі (чи відсутності) вторинної інформації;
- 3) значних затратах на проведення польових досліджень;
- 4) необхідності координації досліджень на ринках різних країн.



Рисунок 2 - Дослідження стратегії проведених на зарубіжних ринках та ринкових сегментах [5].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Дослідження стратегій проводяться підприємством або самостійно, або на його замовлення спеціалізованими підприємствами. Щоб дослідження були ефективними, вони повинні проводитися систематично і охоплювати якомога більше джерел інформації.

Запропоновані стратегії повинні допомогти обрати найраціональніший шлях, найпродуктивніші способи досягнення мети, забезпечувати підприємству вибір перспективних видів діяльності, високий попит на його продукцію, вигідну, пропозицію

на ринку. Зокрема, обопільна зацікавленість сировинної і переробної сфери в одержанні найвищого результату стимулює виконання сільськогосподарськими виробниками договорів щодо обсягів, технологічної якості, строків постачання насіння. Сучасний стан аграрних підприємств вимагає нового якісного підходу до розробки нової стратегії розвитку підприємства, прогнозування, оцінки та аналізу їх стану. Розвиток виробничо-економічної системи багато в чому залежить від розуміння значення стратегії.

Анотація

У статті розглянуто стратегічні підходи активізації ринкової та виробничої діяльності в олієжировій галузі, особливості дослідження стратегії проведених на зарубіжних ринках та ринкових сегментах в умовах глобалізаційних процесів.

Ключові слова: олієжирова галузь, стратегія, активізація

Аннотация

В статье рассмотрены стратегические подходы активизации рыночной и производственной деятельности в масложировой отрасли, особенности исследования стратегии проведенных на зарубежных рынках и рыночных сегментах в условиях глобализации их процессов.

Ключевые слова: Масложировая отрасль, стратегия, активизация

Annotation

The article deals with strategic approaches enhance market and production activities in the oil and fat industry, especially the research strategy conducted in foreign markets and market segments under globalization processes.

Keywords: oil and fat industry, strategy, activation

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В., Зубець М., Юрчишин В. Сучасна аграрна політика: проблемні аспекти. - К.: Аграрна наука, 2011. - 137 с.
2. Левченко Н.М. Форми та методи державної підтримки інноваційного розвитку АПК / Н. М. Левченко // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр. / [голов. ред. В. В. Корженко]. - Х., 2010. - № 2 (38). - С. 87-96.
3. Хвесик Ю. М. Підходи до розробки концепції державної підтримки депресивної аграрної території в сучасній регіональній політиці України/ Ю. М. Хвесик // Економіка та держава. - 2012. - № 2. - С. 115-116.
4. Шевченко Н. О. Комплекс економічних і адміністративних важелів впливу державної політики на аграрний сектор економіки України/ Н. О. Шевченко // Економіка та держава. - 2011. - № 3. - С. 155-157.
5. Шпак Ю. В. Наукові основи розвитку системи управління АПК/ Ю. В. Шпак // Економіка та держава. - 2011. - № 3. - С. 158-160.