

УДК 338.439

Толстая Н.В.  
аспірант кафедри економічної теорії  
Херсонського державного університету

## ВЛАСТИВОСТІ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

### PROPERTIES AND INFLUENCE FACTORS ON THE DEVELOPMENT OF THE STRATEGIC POTENTIAL OF THE FOOD INDUSTRY

#### АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто основні властивості, якими характеризується стратегічний потенціал підприємств харчової промисловості. Проаналізовано фактори впливу на процес формування стратегічного потенціалу. Виділено дві основні групи факторів впливу, а саме: зовнішні та внутрішні. Визначено основні підходи до формування стратегічного потенціалу харчового підприємства.

**Ключові слова:** стратегічний потенціал, харчове підприємство, властивості економічної системи, підходи до формування стратегічного потенціалу, фактори впливу на стратегічний потенціал.

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные свойства, которыми характеризуется стратегический потенциал предприятий пищевой промышленности. Проанализированы факторы влияния на процесс формирования стратегического потенциала. Выделены две основные группы факторов влияния, а именно: внешние и внутренние. Определены основные подходы к формированию стратегического потенциала пищевого предприятия.

**Ключевые слова:** стратегический потенциал, пищевое предприятие, свойства экономической системы, подходы к формированию стратегического потенциала, факторы влияния на стратегический потенциал.

#### ANNOTATION

In the article the basic properties that define the strategic potential of the food industry. This identified two main groups of impact factors, namely: external and internal. In addition, highlights the main approaches to forming strategic potential of the food business.

**Keywords:** strategic potential food company, the properties of the economic system, the formation of strategic approaches to potential impacts on strategic potential.

**Постановка проблеми.** Харчові підприємства є складними виробничо-економічними системами, що достатньою мірою залежать від сировинної бази, ці підприємства працюють в умовах жорсткої конкурентної боротьби, яка постійно загострюється; крім того, економіка країни останнім часом характеризується певною нестабільністю. Усе це змушує детальніше досліджувати проблему мобілізації внутрішніх резервів підприємства та виявлення перспективних можливостей із метою ефективного використання стратегічного потенціалу харчового підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню питань процесу формування стратегічного потенціалу підприємств харчової промисловості за останній час усе більше приділяється уваги. Серед закордонних та вітчизняних учених, які зробили вагомий внесок у розв'язання проблеми формування потенціалу,

слід виділити Ю.М. Могилова, І.М. Репіна [2], О.С. Федоніна [4], Б.Г. Шелегеда [6], І.П. Отенко [1], Б.М. Мізюка, В.Н. Гавва [5] тощо.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** При цьому недостатньо обґрунтованими є фактори впливу на процес формування стратегічного потенціалу харчових підприємств, наукові підходи та властивості стратегічного потенціалу, що потребують подальшого їх вивчення.

**Мета статті** полягає у висвітленні властивостей та факторів впливу на процес формування стратегічного потенціалу харчових підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Стратегічний потенціал підприємств харчової промисловості характеризується такими ж властивостями, як і будь-яка інша соціально-економічна система: цілісністю, взаємозв'язком і взаємодією елементів, складністю, комунікативністю, ієрархічністю, множинністю опису, здатністю до розвитку, альтернативністю форм функціонування та розвитку, пріоритетом інтересів системи глобального рівня, пріоритетом якості, потужності [1, с. 24].

Цілісність означає, що системи існують як ціле, яке потім можна членувати на компоненти. Ці компоненти існують лише через існування цілого. Не елементи складають ціле, а навпаки, ціле породжує елементи системи, що становить сутність основного постулату теорії систем – її первинності. У цілісній системі окремі частини функціонують спільно, складаючи в сукупності процес функціонування системи як цілого. Кожен компонент може розглядатися тільки в його зв'язку з іншими компонентами системи. Сукупне функціонування різнорідних взаємозалежних компонентів породжує якісно нові функціональні властивості цілого, що не має аналогів у властивостях його компонентів. Отже, стратегічний потенціал харчового підприємства необхідно розглядати як цілісну систему, яка успішно буде функціонувати лише за певної взаємодії її компонентів.

Взаємозв'язок і взаємодія елементів. Дана властивість являє собою загальний економічний закон відповідності між елементами стратегічного потенціалу. Коли їх спільне погоджене функціонування та взаємодоповнення за раху-

нок інтегрального впливу утворить нові якості сукупного потенціалу – ефект синергії. Тобто існує такий набір елементів, за якого стратегічний потенціал харчового підприємства завжди буде або значно більшим, ніж проста сума потенціалів елементів, що до неї входять, або суттєво меншим [2, с. 262].

Структурність потенціалу як соціально-економічної системи виявляється в наявності різноманіття його компонентів і зв'язків між ними, що визначають його внутрішню будову й організацію як єдиного цілого. Структурність потенціалу характеризується обсягом інформації, необхідної для його формування та розвитку, складністю опису та управління, складністю розвитку та не адитивністю властивостей та інших параметрів [1, с. 25].

Комунікативність пов'язана із взаємодією та взаємозалежністю стратегічного потенціалу та зовнішнього середовища, оскільки потенціал як система формує та виявляє свої властивості тільки в процесі взаємодії із зовнішнім середовищем. Відповідно до цього, можливості ресурсів і компетенцій саме харчового підприємства реагують на вплив зовнішнього середовища, розвиваються під цим впливом, але при цьому зберігають якісну визначеність і властивості, що забезпечують відносну стійкість і адаптивність їхнього функціонування як системи. Ієрархічність стратегічного потенціалу означає, що кожен його компонент може розглядатися як система (підсистема) більш широкої глобальної системи.

Через складність пізнання всіх параметрів і властивостей стратегічного потенціалу як системи виникає необхідність вивчення її окремих сторін (аспектів), які характеризуються множинністю опису системи. Так, для опису стратегічного потенціалу харчового підприємства використовуються функціональні або економіко-математичні моделі. Кількість показників, що враховуються в процесі моделювання, залежить від цілей опису, складності об'єкта, якості наявної інформації та інших факторів.

Здатність до розвитку означає, що система повинна бути здатною до навчання і розвитку (саморозвитку), сприйняття та використання нових технологічних ідей, наукових розробок тощо. На нашу думку, джерелами розвитку стратегічного потенціалу як економічної системи є: зростання інвестиційної й інноваційної активності, розвиток конкуренції, відповідне реагування на кон'юнктурні зміни тощо. Кожне підприємство харчової промисловості для забезпечення виживання в умовах ринкової конкуренції повинне вивчати параметри перерахованих джерел і враховувати їх під час формування та реалізації своїх можливостей. Підприємства, стратегічний потенціал яких не розвивається, у підсумку стають банкрутами.

Альтернативність форм функціонування та розвитку. Залежно від конкретних умов розвитку (податкова система, митні тарифи, процентні ставки, конкурентоспроможність кон-

курентів, інфраструктура ринку, надійність постачальників тощо), як правило, існує кілька альтернативних шляхів досягнення конкретної мети. Використання більш прогресивних технологій, наприклад, зменшує потребу в інших елементах виробничого потенціалу (кількості працівників, зайнятих на цьому виробництві, або одиницях обладнання, що не входить у нову технологічну лінію). Для підприємства харчової промисловості, наприклад, запустити нову лінію виробництва певної продукції з використанням нового обладнання та сезонної сировини, характерної для власного регіону, при цьому можна значно зменшити витрати на транспортування цієї сировини, а також витрати на оплату праці робітника, які могли би бути задіяні в цьому процесі за відсутності нового обладнання.

Пріоритет інтересів системи більш високого рівня перед інтересами її компонентів означає, що реалізація того чи іншого елемента стратегічного потенціалу підпорядкована насамперед досягненню цілей формування та використання стратегічного потенціалу.

Пріоритет якості означає, що певним гарантом довгострокового функціонування стратегічного потенціалу як соціально-економічної системи у швидко мінливих умовах зовнішнього середовища є високий рівень якості, починаючи з нижчих рівнів ієрархії його структури (одиниць устаткування, матеріалів, окремих працівників тощо) до кінцевого результату реалізації потенціалу (товарів, послуг, іміджу тощо). Іншими словами, використання якісної сировини в процесі виробництва певного продукту, дасть змогу підприємству харчової промисловості не лише отримати високий дохід від реалізації цього товару, але й завоювати при цьому прихильність споживачів та розширити свій сегмент на ринку товарів та послуг.

Потужність у такому разі є кількісною оцінкою ступеня реалізації досягнутого стратегічного потенціалу харчового підприємства. Дана властивість дає змогу визначити внесок стратегічного потенціалу конкретного підприємства у формування галузевого потенціалу регіону.

У зв'язку з тим, що формування стратегічного потенціалу харчового підприємства є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості реалізації, важливо визначити, які саме фактори обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість та ефективність використання. Очевидно, що в основі побудови системи цих факторів повинен перебувати принцип сфери впливу на елементи стратегічного потенціалу, відповідно до якого всі фактори можна класифікувати на зовнішні і внутрішні відносно формування та розвитку потенціалу.

До зовнішніх факторів відносяться економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними або

стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил тощо [3, с. 28]. Такими заходами, як правило, виступають податкові, процентні ставки, законодавчі, етичні, суспільні норми, політична ситуація. Крім того, важливим зовнішнім фактором є також ринкові умови на вході (умови конкуренції на ринках ресурсів) і виході із системи (умови конкуренції безпосередньо в галузі).

Перший фактор пов'язаний із вартістю забезпечення кожного елемента стратегічного потенціалу ресурсами, яка є альтернативною вартістю цих ресурсів, тобто цінністю тих альтернативних можливостей, від яких довелося відмовитися через спрямування ресурсів у той, а не інший елемент стратегічного потенціалу з метою максимального досягнення цілей.

Другий фактор повинний відповідати необхідним конкурентним властивостям продукції (ціні, якості, технічним характеристикам, сер-

вісу, гарантіям). Так, за умов посилення конкуренції харчове підприємство повинне сфокусувати свої зусилля на максимальній реалізації наявного потенціалу та, відповідно, підвищення його за рахунок своєчасного виявлення слабких позицій конкурентів. Інновації з боку конкурентів вимагають, як правило, адекватного реагування шляхом створення та реалізації нових можливостей.

До внутрішніх факторів відносяться насамперед стратегія харчового підприємства, для реалізації якої формується стратегічний потенціал, досвід і навички менеджерів, необхідні для реалізації намічених планів, принципи організації та ведення бізнесу, якими керуються на даному підприємстві, організаційна культура тощо [3, с. 29].

Погоджуємося з тим, що в процесі формування стратегічного потенціалу підприємств харчової промисловості основними є наукові підходи, представлені в табл. 1.

Таблиця 1

## Наукові підходи до формування стратегічного потенціалу підприємств харчової промисловості

№	Назва підходу	Характеристика
1	Системний	За його застосування на основі маркетингових досліджень спочатку формуються параметри виходу – товару або послуги: що робити, з якими показниками якості, з якими витратами, для кого, в які терміни, за якою ціною. Потім визначаються параметри входу: які потрібні ресурси й інформація для реалізації внутрішніх бізнес-процесів харчового підприємства? Потреба в ресурсах та інформації прогнозується після вивчення вимог до техніко-технологічного потенціалу харчового підприємства та параметрів зовнішнього середовища.
2	Маркетинговий	Передбачає орієнтацію формування можливостей підприємств харчової промисловості на споживача.
3	Функціональний	Передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення існуючих або потенційних потреб.
4	Відтворювальний	Орієнтований на постійне оновлення виробництва продукції з меншої ресурсоемістю та вищою якістю порівняно з аналогічною продукцією на даному ринку для задоволення потреб клієнтів.
5	Інноваційний	Орієнтований на активізацію інноваційної діяльності, засобами якої повинні бути фактори виробництва й інвестиції.
6	Нормативний	Полягає в установленні нормативів для найважливіших елементів стратегічного потенціалу.
7	Комплексний	Передбачає необхідність урахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів діяльності харчового підприємства.
8	Інтеграційний	Націлений на дослідження взаємозв'язків, об'єднання та посилення взаємодії між окремими елементами стратегічного потенціалу харчового підприємства.
9	Динамічний	Пов'язаний із необхідністю розгляду стратегічного потенціалу в діалектичному розвитку, у встановленні причинно-наслідкових зв'язків і співвідношеннях на основі проведення ретроспективного аналізу поведінки аналогічних систем на деякому тимчасовому відрізку.
10	Оптимізаційний	Реалізується через визначення кількісних оцінок і встановлення залежності між окремими елементами стратегічного потенціалу за допомогою економіко-математичних і статистичних методів обробки інформації.
11	Адміністративний	Передбачає регламентацію функцій, прав, обов'язків, нормативів якості, витрат, пов'язаних із реалізацією елементів потенціалу, у нормативних актах за допомогою методів примушування.
12	Поведінковий	Полягає у підвищенні ефективності стратегічного потенціалу за рахунок підвищення ефективності його кадрового складника.
13	Ситуаційний	Заснований на альтернативності досягнення цілей і забезпеченні максимальної адаптації до умов конкретної ситуації в процесі формування стратегічного потенціалу підприємств харчової промисловості.
14	Структурний	Орієнтований на структурування та визначення пріоритетів серед елементів стратегічного потенціалу харчового підприємства з метою встановлення раціонального співвідношення і підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів.

Джерело: складено автором за даними [4]

**Висновки.** Стратегічний потенціал підприємств харчової промисловості характеризується такими ж властивостями, як і будь-яка інша соціально-економічна система, але при цьому необхідно враховувати специфіку галузі, в якій працює безпосередньо саме підприємство. Крім того, під час формування стратегічного потенціалу харчового підприємства необхідно виділити фактори, що обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість та ефективність використання, такі як: економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, стратегія підприємства тощо. Погоджуємося з тим, що основними науковими підходами в процесі формування стратегічного потенціалу підприємств харчової промисловості є: системний, маркетинговий, функціональний, відтворювальний, нормативний, інноваційний, комплексний, інтеграційний, динамічний, оптимізаційний, адміністративний, поведінковий, ситуаційний та структурний підходи.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Отенко І.П. Стратегическое управление потенциалом предприятия / И.П. Отенко. – Харьков : ХНЭУ, 2006. – 256 с.
2. Репіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / І.М. Репіна // Вісник Української академії державного управління при Президентіві України. – 1998. – № 2. – С. 262–271.
3. Козловський В.О. Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу підприємства / В.О. Козловський, І.В. Причепя // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2007. – № 3. – С. 28–29.
4. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посіб.] / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2003. – 316 с.
5. Гавва В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання : [навч. посіб.] / В.Н. Гавва, Е.А. Божко. – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
6. Шелегеда Б.І. Стратегічне управління потенціалом підприємства : [монографія] / Б.І. Шелегеда, Н.В. Касянова, А.Я. Берсуцький. – Донецьк : ДонУЕП, 2006. – 219 с.