

Євчук К. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ
НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

Трансформаційний та динамічний розвиток економіки України у теперішній час висуває нові вимоги щодо функціонування підприємств на ринку. Кондитерська галузь має істотну особливість власної діяльності, яка полягає в регулярному посиленні конкуренції. Ринок кондитерських виробів постійно перебуває в умовах трансформації та розвитку, що спонукає підприємства швидко реагувати та пристосовуватися до змін, вирішувати питання власної стратегічної поведінки як на довгостроковий, так і на короткостроковий періоди, а також визначати ступінь своєї стійкості на цьому ринку. Підприємства кондитерської галузі часто знаходяться у стані протиріччя, коли, з одного боку, лідери, які займають велику частку ринку, нарощують потужності виробництва та витісняють слабших, а з іншого – до галузі приходять нові компанії. Внаслідок цього, кожному підприємству необхідно постійно вирішувати низку важливих питань – від проведення маркетингових досліджень у галузі до розробки стратегічної поведінки. Актуальність даної теми полягає в тому, що через посилення конкуренції на ринку, підприємства вимушені шукати шляхи подальшого росту та розвитку. Одним з найефективніших шляхів виступає стратегічне планування підприємства.

Проблемами стратегічного планування на підприємстві займалося багато вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як О. А. Богомолів, М. М. Алексєєва, О. М. Ястремська, В. С. Пономаренко, А. А. Старостіна, А. П. Панкрухин, Б. Карлоф, І. Ансоф, Ф. Котлер. Наприклад, А.І. Іванова зазначає, що «стратегічне планування – це специфічний вид діяльності у сфері стратегічного управління, що передбачає визначення стратегічних напрямів розвитку і шляхів досягнення

поставлених стратегічних цілей з урахуванням внутрішнього потенціалу і майбутніх змін зовнішніх умов функціонування суб'єктів господарювання» [1]. Проте, у сучасних умовах нестабільного зовнішнього середовища, керівники підприємств приділяють стратегічному плануванню все менше уваги, що й обумовило вибір наряду дослідження.

Сучасний ринок вітчизняних кондитерських виробів – це структурований ринок з високою конкуренцією та відмінним фактором від інших галузей – високим рівнем консолідації. Понад 60 % ринку займають близько 10 лідерів кондитерської галузі. Це найкрупніші підприємства, що володіють значними ресурсами, популярною продукцією, професійним персоналом. Серед них виділяють наступні: «Рошен», АТ «ВО «Конті», «Крафт Фудз Україна», «АВК», «Бісквіт-шоколад», «Житомирські ласощі», «Полтавакондитер», «Світоч». Лідуючі позиції займають компанія «Рошен», група «Конті» та «АВК». Найбільша частка такого виробництва зосереджена у Дніпропетровській, Донецькій, Львівській, Чернігівській та Одеській областях. Саме між цими лідерами йде непереривна конкурентна боротьба на ринку. В умовах нестабільного зовнішнього середовища, для запобігання несподіваних ситуацій потрібно удосконалювати існуючу систему стратегічного планування діяльності підприємства на ринку.

У теперішній час швидкого розвитку, на зміну перспективному плануванню приходять стратегічне. Стратегічне планування є процесом визначення головних цілей підприємства, ресурсів, що необхідні для їх досягнення та політики щодо придбання та використання цих ресурсів. Стратегічне планування є однією з функцій стратегічного управління та представляє собою процес прийняття управлінських рішень відносно сформульованої стратегії.

Перед проведенням стратегічного планування, необхідно зробити стратегічний аналіз стійкості економічного становища компанії, а саме: виявлення негативних факторів зовнішнього середовища, передбачення можливих негативних подій, визначення ймовірності їх виникнення та оцінка наслідків цих

подій. Для того, щоб систематизувати отриману інформацію про можливі негативні події та наслідки, підприємства можуть використовувати графічний метод координат «Вірогідність негативної події / інтенсивність впливу» (рис. 1).

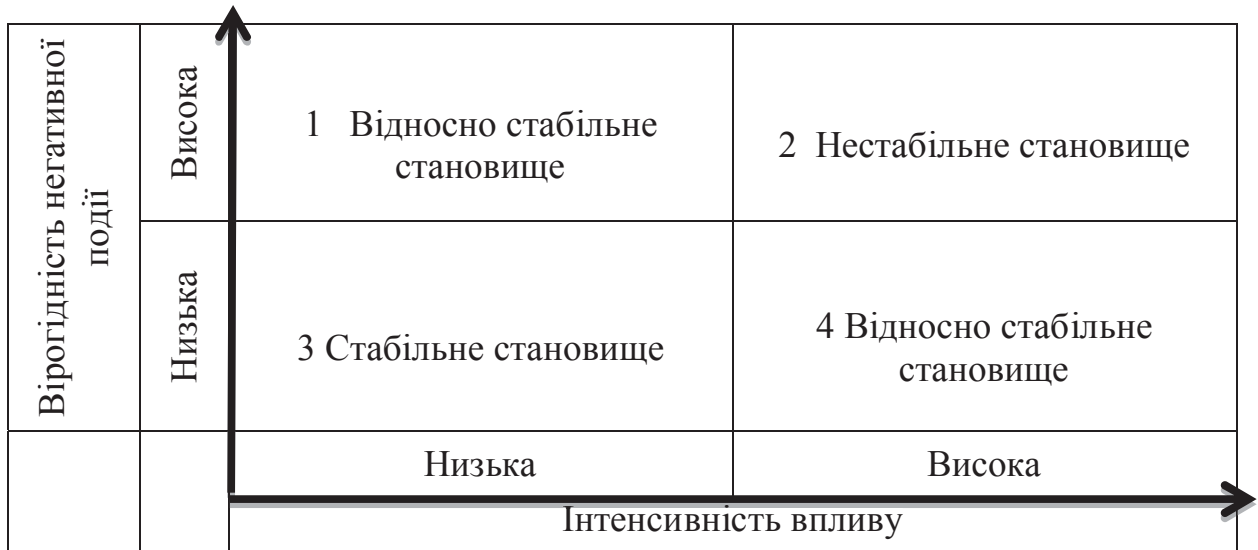


Рис. 1. Карта впливу негативних подій зовнішнього середовища на стійкість підприємства

Якщо нестабільність максимальна, то ймовірність негативної події висока, а наслідки серйозні (3 квадрат). Якщо навпаки, наслідки подій не є значимими та мають низьку вірогідність, то рівень стійкості підприємства буде високим (квадрат 1). Події, що мають високу ймовірність, але незначні наслідки (квадрат 2) входять до компетенції тактичного менеджменту та включають до себе такі проблеми компаній, як зниження продуктивності праці, коливання попиту, погіршення якості продукції тощо. Події низької ймовірності, але серйозними наслідками для підприємства (квадрат 4), потребують стратегічного аналізу та планування заходів з подолання їх негативного впливу.

Стратегічне планування складається з чотирьох рівнів, а саме:

1. Визначення потенціалу підприємства, аналіз його місії та цілей.
2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища компанії.
3. Здійснення вибору стратегічного напрямку розвитку підприємства.
4. Процес реалізації обраної стратегії.

Критеріями оцінки ефективного стратегічного планування є варіативність планових рішень, адаптивність плану, його збалансованість, конкретність. Кожен пункт плану повинен бути перетворений у конкретні дії, що забезпечить отримання бажаних результатів.

За умови нестабільного зовнішнього середовища, підприємствам кондитерської галузі необхідно, щоб стратегічне планування було гнучким, придатним до корегування. Для зміцнення своїх позицій на внутрішніх та зовнішніх ринках та підвищення конкурентоспроможності однією із стратегій по адаптації є: покращення якості продукції і удосконалення системи контролю за її безпекою. До важливих напрямків покращення системи планування в сучасних ринкових умовах насамперед потрібно віднести: удосконалення методології та інформаційного забезпечення, системи планів, підвищення кваліфікаційного рівня спеціалістів, застосування інформаційних технологій, впровадження ефективних елементів контролінгу. Слід зазначити, що важливу роль грає постійне вдосконалення підприємства та залучення інновацій для подальшої можливості конкурентоспроможності на ринку. Так, за Гринько Т. В. «відсутність належної уваги до інноваційної діяльності гальмуватиме розвиток організації, призведе до технологічного відставання, послабить ринкові позиції та робить актуальним для кожного підприємства завдання формування ефективного механізму управління інноваційним розвитком» [2].

У сьогоднішній день, коли непередбачувані події можуть негативно впливати на функціонування підприємств, вкрай важливо використовувати ефективний інструмент стратегічного планування, задля досягнення виживання та конкурентоспроможності на ринку.

Список використаних джерел:

1. Іванова А. І. Аналіз методологічних підходів до визначення стратегічного планування інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / А. І. Іванова // Вісник Дніпропетровського університету. Сер. : Економіка. – 2013. – Т. 21, вип. 7(2). – С. 139–148. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2013_21_7\(2\)_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2013_21_7(2)_23)
2. Гринько Т. В. Стратегія як інструмент інноваційного розвитку / Т. В. Гринько // Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика

- та інновації розвитку : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф. 30–31 жовтня 2014 р. / за заг. ред. Л. В. Транченко. – Умань: ВПЦ «Візаві», (Видавець «Сочінський»), 2014. – 224 с.
3. Блонська В. І. Вдосконалення планування у стратегічному управлінні розвитком підприємства / В. І. Блонська // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : НЛТУ України, 2008. – Вип. 18.1. – С. 114–119.
 4. Шилова О. Б. Соціально-економічні аспекти стратегічного планування виробничої і підприємницької діяльності / О. Б. Шилова // Економіка АПК. – 2006. – №8. – С. 60–64.

Євчук К. А., к. т. н. Куценко В. Й.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ТРИПІЛЬСЬКА КУЛЬТУРА ЯК ЦІННА СПАДЩИНА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

«Ми тут жили ще за часів потопу.
Наш корінь у земну вростає вісь.
І перше, ніж учити нас, Європо,
На себе ліпше з боку подивись.
Ти нас назвала хутором пихато.
Облиш: твій усміх нам не допече,
Бо ми тоді вже побілили хату,
Як ти іще не вийшла із печер».
Борис Олійник

Трипільська культура – унікальне явище в історії людства, яке з’явилося у 5500 р. до н. е. і було відкрите у 1983-1984 рр. Вікентієм Хвойкою. Трипільська культура зробила величезний внесок у формування людської цивілізації не тільки на території фактичного місцезнаходження, але й у всьому світі. Нажаль, сучасне суспільство не приділяє належної уваги такій цінній спадщині і феномен трипільської культури досі залишається неоціненим. Між тим, зародження культури життєдіяльності, у тому числі господарювання, починалося у пониззях Дніпра, поширилося на території між Дністром та Бугом і згодом почалося широкомасштабне розгортання територією сучасної України. Це свідчить про те, що українці є нащадками трипільців. І кожен з нас повинен усвідомлювати, що наші великі пращури стояли у витоках людської цивілізації та культури господарської діяльності.

У чому ж той феномен трипільської культури?