

*Пулявець В.М.,**к.е.н.,**старший викладач кафедри обліку і аудиту,**Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету*

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ОЛІЄЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

Анотація. У статті розглянуто ключові моменти формування інноваційно-інвестиційної стратегії олієжирового підкомплексу України. Визначено принципи, етапи, пріоритети під час реалізації зазначеної стратегії. Сформовано систему оптимізації виробничих можливостей олієжирового підкомплексу на основі стратегічного ситуаційного аналізу.

Ключові слова: стратегія, інновація, організаційний потенціал, пріоритети розвитку.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток олієжирового підкомплексу України, враховуючи його загальнонаціональну значимість, специфічне місце у забезпеченні добробуту населення і продовольчої безпеки країни, потребує формування чіткої інвестиційно-інноваційної стратегії розвитку, завдяки реалізації якої підприємства підкомплексу зможуть посилити конкурентні позиції на ринку, більш ефективно використовувати свої внутрішні ресурси та згладити вплив кон'юнктурних коливань на світовому та національному олієжировому ринку. Зміни, що з'являються в результаті реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії, створюють основу, яка здатна забезпечити конкурентоспроможність олієжирового підкомплексу України в сучасних умовах розвитку глобальної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань стратегічного розвитку підприємств присвячені праці таких зарубіжних учених, як: Р. Акофф, І. Ансофф, П. Друкер, М. Портер, А. Стрікленд, А. Томпсон. Вагомий внесок у розробку зазначених напрямів дослідження зробили такі вітчизняні науковці, як П.Т. Саблук, С.П. Капшук, В.Г. Кухта, П.А. Лайко, О.Д. Витвицька та ін. Проте низка аспектів стратегії та практики активізації інноваційно-інвестиційного розвитку переробних галузей країни залишаються недостатньо вивченими. Специфічні умови діяльності вітчизняних переробних галузей, у тому числі й олієжирової, вимагають подальших досліджень проблемних питань стратегічного розвитку підприємств для можливості надання практичних рекомендацій.

Виділення невиділених раніше частин загальної проблеми. Багато різноманітних аспектів щодо формування інноваційно-інвестиційної стратегії залишаються недостатньо розкритими і потребують більш глибокого вивчення. Це пов'язано з тим, що зараз створюються нові умови функціонування товарних ринків і формування стратегій розвитку галузі як ніколи є актуальним.

Метою статті полягає у вивченні особливостей формування інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку олієжирового підкомплексу України та визначенні умов для її успішної реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вдосконалення організації виробництва й підвищення його ефективності можливо шляхом реалізації стратегії в системі виробничо-збутових координат.

Якщо під загальною стратегією розуміється спільний план дій, а під стратегією організації – комплекс довгострокових заходів, спрямованих на забезпечення життєздатності організації і підвищення її конкурентоспроможності, то ділова стратегія містить у собі визначення підприємством довгострокових пріоритетів, цілей, планів і методів їх досягнення, що охоплюють усі сфери її господарської діяльності. Крім того, мають місце й такі елементи стратегічного управління, як «стратегія виживання», «маркетингова стратегія», «продуктово-ринкова стратегія», «стратегія активного впливу» та ін.

У класичному розумінні інноваційно-інвестиційна стратегія – це запрограмований результат інтелектуальної праці суб'єкта управління, заснований на принципах і розподілений по етапах [4, с. 58].

Дослідження категорійного апарату «інноваційно-інвестиційна стратегія» дало змогу сформувати основні трактування даної категорії. В.Н. Сердюк вважає, що інноваційно-інвестиційна стратегія становить пошук і відбір напрямів ринкових можливостей, а також пошук інвестиційних ресурсів і механізмів їх залучення для реалізації виділених напрямів. Інноваційно-інвестиційна стратегія є підлеглою по відношенню до загальноекономічної стратегії розвитку, тому що здійснюється в її рамках. З іншого боку, інноваційно-інвестиційна стратегія, що розробляється в процесі аналізу існуючих і потенційних джерел та механізмів фінансування інвестицій, впливає на загальноекономічну стратегію і в низці випадків призводить до її коригування [5, с. 16].

Згідно з Н.Ю. Романенко, інноваційно-інвестиційна стратегія покликана забезпечувати всі основні напрями розвитку інноваційної діяльності підприємства та інвестиційних відносин шляхом застосування наукових принципів формування довгострокової інноваційно-інвестиційної мети, вибору найбільш ефективних шляхів її досягнення, своєчасного коригування напрямів формування і використання інвестиційних ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища [6, с. 9].

Саме розробка інноваційно-інвестиційної стратегії зможе знайти вираження в інноваційних та інвестиційних програмах і великих проектах, які охоплюватимуть усі стадії технологічного циклу і на основі яких можна буде зробити прогноз на тривалий період функціонування підприємства

Олієжировий підкомплекс в економіці України характеризується значним внеском у виробництво та реалізацію продукції АПК і харчової промисловості, питомою вагою в їх

структурі, особливою роллю у вирішенні проблем внутрішньої продовольчої безпеки, формуванні національного фонду споживання, збільшенні експортного потенціалу країни, внеску у формування Зведеного бюджету України, соціальної значимості та мультиплікативного ефекту від галузі. Специфічні особливості підкомплексу пов'язані із задоволенням фізіологічних потреб людини в олії та жирах, комплексною переробкою олійної сировини, високим ступенем залежності від сільського господарства, високою ресурсомісткістю та концентрацією виробництва, експортною орієнтацією галузі [2].

На функціонування підприємств олійно-жирової промисловості України значною мірою впливають такі фактори: тенденції розвитку сучасних ринків, жорстка конкуренція на внутрішніх та зовнішніх продовольчих ринках, постійно зростаючі вимоги до якості та безпечності товару, його ціни, ступеня задоволення споживачів, а також посилення впливу нових сучасних технологій.

Робота олієжирових підприємств пов'язана з низкою специфічних особливостей, які необхідно враховувати під час розробки стратегії розвитку, а саме: вимушена сезонність та висока залежність роботи олійно-жирових підприємств від ситуації на ринку соняшника, неповна завантаженість виробничих потужностей окремих виробництв, експортна орієнтація олійно-жирової промисловості, недостатність обігових коштів тощо [3, с. 14].

Дослідження діяльності олієжирових підприємств дало змогу визначити коло основних стратегічних завдань із досягнення конкурентних переваг, на вирішення яких були спрямовані прямі інвестиції:

- підвищення прибутковості;
- формування технологічних ланцюгів;
- послаблення конкуренції і впливу на ціни;
- диверсифікація ризиків;
- подальший перепродаж підприємств;
- «захоплення» території.

До основних принципів формування інноваційно-інвестиційної стратегії в олієжировому підкомплексі України нами віднесено:

- зосередження дій усіх органів управління в одному напрямі;
- зміцнення існуючих і формування нових конкурентних переваг;
- поєднання дій щодо співробітництва, «захисту» або «нападу» в напрямі конкуренції;
- спланований, обґрунтований і довгостроковий характер дій;
- врахування реальних фінансових можливостей компанії, що спирається на об'єктивну оцінку її ринкового, виробничого, технологічного та трудового потенціалу;
- дотримання норм чинного законодавства.

Нами виділено такі організаційні етапи реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії олієжирового підкомплексу України:

Перший етап – прийняття рішення про розробку інвестиційної програми, спрямованої на зміцнення конкурентних переваг.

Другий етап – стратегічний аналіз конкурентних переваг.

Третій етап – розробка інвестиційної стратегії компанії.

Четвертий етап – визначення організаційної концепції прямого інвестування.

П'ятий етап – оцінка інвестиційної стратегії.

Шостий етап – реалізація стратегії та її моніторинг.

При цьому дані етапи необхідно їх оцінити з позицій таких підходів: регіонального, капітальних вкладень, вартісного, портфельних інвестицій, венчурного фінансування, «дослідницького наповнення», додаткової прибутковості, економічного, маркетингового, еkleктичного, креативного та використання методів оцінки: ефективності, дисконтованих грошових потоків, техніко-економічного аналізу, а також дохідного, витратного та ін.

Пріоритетами галузевої політики під час реалізації зазначеної стратегії розвитку є:

1. Підтримка організацій, що функціонують у межах олієжирового підкомплексу, продукція яких успішно реалізується в інших регіонах і за кордоном (відстрочення або розстрочення податкових платежів, надання позичок на пільгових умовах та інші заходи державної підтримки з наданням переваги інноваційно активним підприємствам).

2. Залучення з інших сфер господарюючих суб'єктів переважно «чистих» галузей, наукоємних, високотехнологічних виробництв.

3. Залучення підприємств галузі до участі в різних ярмарково-виставкових місіях, презентаціях, що проводяться як в Україні, так і за кордоном, з метою пропаганди вітчизняних товаровиробників та їх виробничих досягнень.

4. Сприяння використанню високих технологій для модернізації галузі.

5. Підтримка створення та виробництва високотехнологічної та наукомісткої продукції, використання нової техніки і технологій;

6. Підтримка співробітництва та зміцнення ділових зв'язків з іншими регіонами в галузі.

7. Сприяння господарюючим суб'єктам у розширенні ринку збуту продукції через розвиток мережі міжрегіональних зв'язків.

8. Сприяння впровадженню систем сертифікації товарів і послуг для підвищення їх конкурентоспроможності на міжрегіональних та міжнародних ринках.

Сфера товарного виробництва є основою економіки та основним джерелом наповнення бюджетів усіх рівнів, тому підвищення потенціалу виробничої сфери є основою розвитку регіональних ринків. За допомогою створення в регіонах торгових домів або торговельних представництв можливе проведення низки заходів щодо зміцнення та розвитку галузевої системи.

Тільки незначна частина організацій гармонічно використовує складники успішного просування продукції на зовнішні ринки.

Етапи технології підвищення потенціалу виробничої сфери реалізуються в таких напрямках:

1. Моніторинг менеджменту та маркетингової культури підприємств виробничої сфери олієжирового підкомплексу.

2. Класифікація і групування всіх господарюючих суб'єктів за рівнем розвитку менеджменту та маркетингової культури.

3. Розподіл організацій за рівнем розвитку всередині галузі.

4. Моніторинг зовнішньо- та внутрішньогалузевого стану.

5. Розробка комплексу заходів для кожної групи підприємств за рівнем розвитку з метою підвищення їх положення всередині групи, а також для створення умов переходу у вищу групу.

Тому до основних завдань сучасного етапу розвитку олієжирового підкомплексу відносимо: підвищення якості підприємницьких ресурсів, формування оптимальних господар-

ських зв'язків, які дають змогу ефективно керувати сировинними і товарними потоками.

Можливими шляхами реалізації зазначеної стратегії є впровадження нововведень і новацій на діючих підприємствах галузі та технічне переозброєння комплексу. За рахунок зміни технологічної та відтворювальної структури капітальних вкладень у галузь можна досягти швидкого оновлення матеріально-технічної бази та основних виробничих фондів у переробній промисловості.

У результаті реалізації ефективних управлінських рішень щодо перерозподілу інвестицій та використання зазначеної відтворювальної структури в олієжировій індустрії вдасться не тільки покращити можливості експлуатаційного потенціалу шляхом технічного переоснащення галузі, а й на 100% заповнити переробні потужності виробничих підприємств.

Нами розроблено модель оптимізації виробничих можливостей олієжирового підкомплексу на основі стратегічного ситуаційного аналізу (рис. 1).

Основою даної моделі співпраці є інформаційно-аналітичний блок, що сприяє галузевому розвитку, оскільки на підприємствах галузі спостерігається стійке зростання випуску продукції, маркетингове супроводження продукції на товарні ринки, активне заповнення нових сегментів ринку. Багато в чому це викликано ефективною роботою маркетингових служб підприємств (там, де вони є), високою кваліфікацією їхнього персоналу.

Але, незважаючи на це, в основній масі в організаціях олієжирового підкомплексу роль і стан маркетингових служб, а також кваліфікація працівників залишаються на низькому рівні. З метою підвищення маркетингового потенціалу виробничої сфери необхідно:

- проведення моніторингу маркетингових служб усіх організацій галузі;
- утвердження практики формування довгострокових планів маркетингового розвитку організацій галузі;
- формування електронної інформаційної бази даних господарюючих суб'єктів олієжирового підкомплексу;

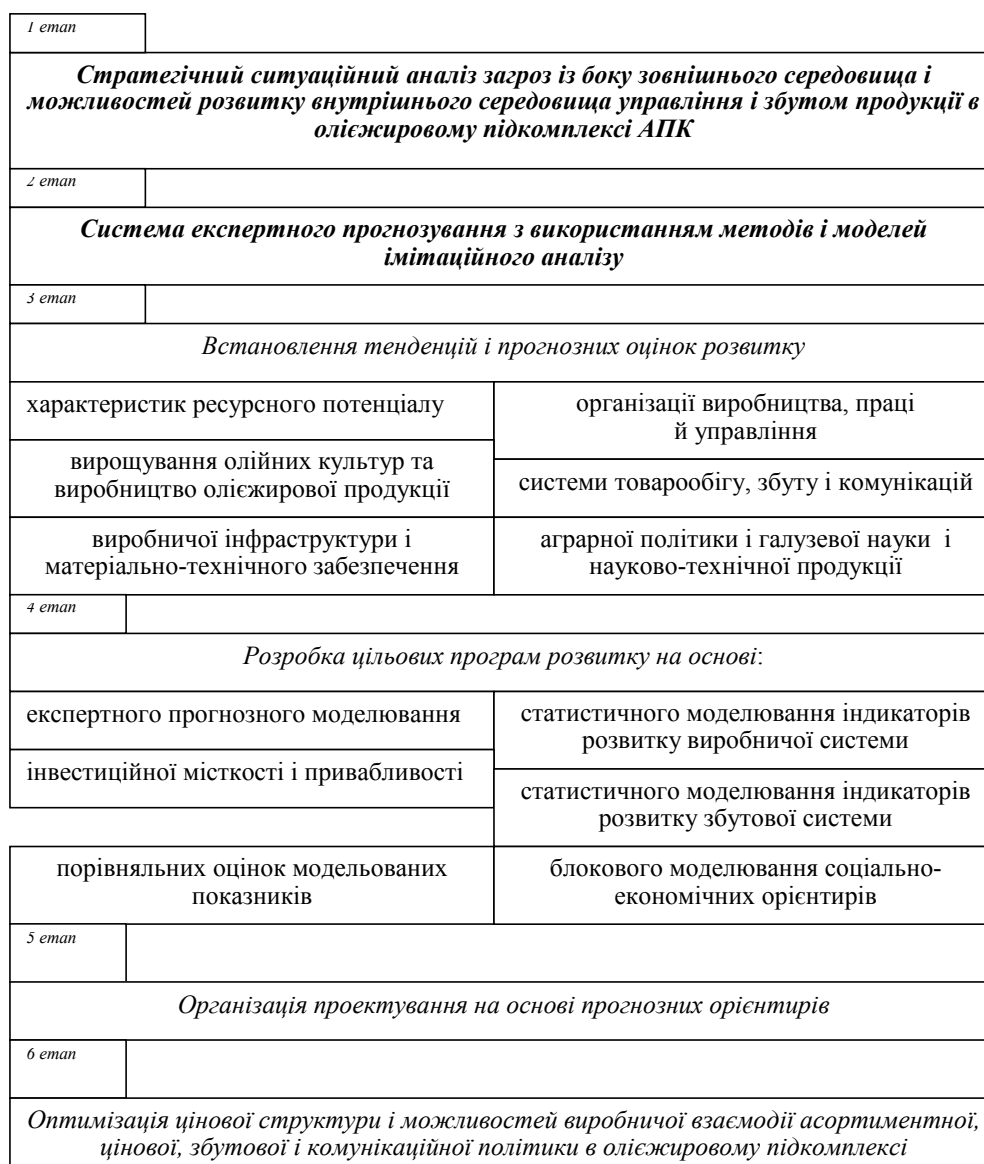


Рис. 1. Система оптимізації виробничих можливостей олієжирового підкомплексу на основі стратегічного ситуаційного аналізу

Джерело: складено автором

– активізація промислової політики у сфері просування продукції господарюючих суб'єктів на зовнішні ринки та в інші регіони держави.

Реалізація стратегічних пріоритетів розвитку олієжирового підкомплексу має бути підкріплена пропагандистськими заходами. Крім створення формальних інститутів, необхідно докласти зусиль щодо трансформації старих і запровадження нових неформальних інститутів (звичаїв торгівлі, ділового обороту, правил ведення бізнесу тощо), які забезпечують ефективність ринкової економіки і дієвість державного регулювання економікою.

У цьому питанні необхідна ідеологічна підтримка стратегії розвитку, у межах якої пропонується виконати таке:

1) для галузевих об'єднань товаровиробників розробити кодекси ведення діяльності, що охоплюють правила поведінки на даному ринку та порушення яких призводить до виходу зі спілки порушника та його усунення від участі у справах об'єднання;

2) здійснити широкомасштабну пропаганду та рекламну кампанію за участю об'єднань і держави щодо правил чесної конкуренції з метою висвітлення вжитих покарань до порушників у засобах масової інформації;

3) сприяти налагодженню тісного контакту між жителями сільських територій та владою різних рівнів, для чого в регіонах і на національному рівні створити апеляційні органи, які б реагували на скарги працівників села і переробної промисловості, з оприлюдненням відповідної інформації про корупцію і порушення в засобах масової інформації та інформаційних засобах теле- і радіокомпаній;

4) провести роз'яснювальну кампанію головних складових з реформування та проведення аграрної політики держави, підвищити роль районних консалтингових служб, які, крім технологічних, економічних та юридичних консультацій, повинні взяти на себе певну ідеологічну роботу на договірній основі із зацікавленими владними структурами, а також Інтернету, який здатний забезпечувати індивідуальний підхід до кожного користувача і в перспективі може перетворитись у потужну ідеологічну машину.

Висновки. Стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку вітчизняного олієжирового підкомплексу з врахуванням процесів глобалізації та підвищення рівня конкуренції на світових ринках має ґрунтуватися на створенні новітніх організаційних структур кластерного типу, до участі у формуванні яких мають долучатися провідні підприємства галузі та спеціалізовані виробництва, що технологічно з ними пов'язані.

Відтак, діяльність щодо реалізації стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку олієжирового підкомплексу пропонується здійснювати за такими напрямками: моніторинг менеджменту та маркетингової культури підприємств виробничої сфери олієжирового підкомплексу; класифікація і групування всіх господарюючих суб'єктів за рівнем розвитку менеджменту та маркетингової культури; розподіл організацій за рівнем роз-

витку всередині галузі; моніторинг галузевого та внутрішньогалузевого стану; розробка комплексу заходів для кожної групи підприємств за рівнем розвитку, диференційованої системи державної підтримки з метою підвищення їх положення всередині групи, а також для створення умов переходу у вищу групу.

Література:

1. Бритвенко А.С. Функціонування олійно-жирового комплексу України / А.С. Бритвенко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – № 1(21). – С. 20–23.
2. Бутенко Л.М. Стратегічні напрями розвитку підприємств олійно-жирової промисловості / Л.М. Бутенко // Стратегія підприємства: зміна парадигми управління та інноваційні рішення для бізнесу : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 14–15 лист. 2013 р.); редкол. : О.В. Востряков (гол.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2013. – С. 16–18.
3. Манойленко О.В. Специфічні особливості олійно-жирової галузі як об'єктивна необхідність її державної підтримки / О.В. Манойленко, Т.А. Жадан // Інноваційна економіка. – 2013. – № 1. – С. 12–15.
4. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : у 3-х т. Т. 1. Економіка знань – модернізаційний проект України / За ред. В.М. Геєця, В.П. Семиноженка, Б.Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – 520 с.
5. Сердюк В.Н. Ретроспективне і сучасне визначення сутності інноваційно-інвестиційного процесу / В.Н. Сердюк // Економіка і організація управління. – 2009. – № 2(6). – С. 13–21.
6. Романенко Н.Ю. Роль інноваційно-інвестиційної стратегії в процесі стратегічного розвитку підприємства / Н.Ю. Романенко // Журнал наукових публікацій аспірантів і докторантів, 2009. – 245 с.

Пилявец В.Н. Инновационно-инвестиционная стратегия развития масложирового подкомплекса Украины и пути ее реализации

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые моменты формирования инновационно-инвестиционной стратегии масложирового подкомплекса Украины. Определены принципы, этапы, приоритеты при реализации указанной стратегии. Сформирована система оптимизации производственных возможностей масложирового подкомплекса на основе стратегического ситуационного анализа.

Ключевые слова: стратегия, инновация, организационный потенциал, приоритеты развития.

Pyliavets V.N. Innovative-investment strategy of the Ukrainian Oil and Fat Subcomplex development and the ways of its realization

Summary. In the article the key aspects as for the formation of the innovative-investment strategy of the Ukrainian Oil and Fat Subcomplex are regarded. The principles, stages and priorities within the mentioned strategy are maintained. At the result of the research the author formed the system of the optimization of the producing possibilities of Oil and Fat Subcomplex based on the strategic situational analysis.

Keywords: strategy, innovation, organizational potential, development priorities.