

Ефективним інструментом для двостороннього діалогу бізнесу і громадян з державою залишаються соціальні мережі. Україна має зв'язок державних порталів із соціальними мережами і є однією з-поміж 21 країни Європи. Все-таки, реальна ефективність цього сервісу в Україні є надто низькою і наявність такого сервісу не сприяє прогресу щодо діалогу бізнесу і громадян із державою. Використання соціальних мереж відсутнє лише в розвинених регіонах: м. Київ, Львівській і Харківській областях, де сконцентрована більша частина всіх інтернет-користувачів держави.

Не дивлячись на низькі оцінки бізнесу з ефективності застосування ІКТ у держсекторі, влада починає реалізовувати ініціативи, спрямовані на поліпшення цієї ситуації. В Україні досить давно функціонує єдиний портал державних послуг, через який користувач може подати звернення в електронному вигляді, але після того, як звернення потрапляє до держустанови, його роздруковують, і документ уже подорожує від одного кабінету чиновників до іншого у паперовому вигляді. Швидкість і принципи обробки його такі самі, як і в роботі з паперовими документами, тому цей портал не отримав популярності ані серед представників бізнесу, ані серед населення.

Вважаючи рівень розходження у використанні ІКТ по регіонах, дії влади зосереджені на організації центрів адміністративних послуг — "єдиного вікна", де в одному приміщенні через стаціонарні комп'ютерні термінали громадянин може звернутися до потрібної держструктури із заявою на оформлення довідок, ліцензій, дозволів тощо. В країні подібні адміністративні центри вже діють практично в усіх великих містах. Фінансування здійснюється з держбюджету на підставі доручення Президента влади у повному обсязі, з метою компенсування витрат на реалізацію пілотних проектів. Такі центри обслуговують значну кількість споживачів при порівняно низьких витратах: менше 1 долара на людину, що значно нижче, ніж стандартні проекти "е-влади", що мали на меті повну створення інфраструктури ІКТ та модернізацію електронного документообігу. Сьогодні у розвинених країнах активно використовується електронний документообіг і доступ громадян і бізнесу до державних послуг через Інтернет із власного комп'ютера, а в Україні поки що все зводиться до створення центрів "єдиного вікна" (територіально відокремленого від користувача і до первинної обробки звернень громадян).

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Український бізнес спостерігає зростання застосування ІКТ у своїй діяльності. Водночас бізнес надає істотно меншого значення ІКТ у створенні нових бізнес — моделей, ігнорування яких призводить до відставання українських підприємств від зарубіжних. Реальний недовготривалий ефект від впровадження проекту "е-влади" для України — це істотне зменшення витрат на утримання держапарату, підвищення ефективності та якості функціонування державних інституцій, зменшення витрат бізнесу на взаємодію з державними установами. Автоматизація процесів у десятки разів збільшить швидкість, операційну і фінансову ефективність щодо взаємодії державних органів між собою, з бізнесом і громадянами. Ефект може бути помітний уже впродовж першого року від початку реалізації державного проекту з впровадження "е-влади".

Література:

1. Паньшин Б.Н., Гриценко В.И. Информационная технология: вопросы развития и применения. — Киев: Наукова думка, 1988. — 272 с.
2. Полевий В.І. Система забезпечення інформаційної безпеки України в контексті системності інформаційних загроз / В.І.Полевий / Науковий вісник НА СБ України. — 2006. — № 24. — С. 153—162.
3. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні / [заг. ред. Ю.С. Шемшученко, І.С.Чиж]. — К.: ТОВ "Вид-во "Юридична думка", 2006. — 384 с.
4. Івахненков С.В. Інформаційні технології в організації: навчальний посібник // Івахненков С.В. — К.: Знання — Прес, 2011. — 349 с.
5. Василіук В.Я. Климчук С.О. Інформаційна безпека держави. Курс лекцій. — К.: КНТ Видавничий дім "Скіф", 2008. — 136 с.
6. Звіт Фонду "Ефективне управління" про конкурентоспроможність регіонів України 2012. Електронний ресурс / Режим доступу: <http://www.feg.org.ua>

УДК 338. 664

Ю. Ф. Гудзь,

к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів, Національний університет харчових технологій, м. Київ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ*

Y. F. Gudz',

PhD in economics, associate professor of finance, National University Food Technologies, Kyiv city

FORMING THE STRATEGY OF GROWING ECONOMIC POTENTIAL IN FOOD INDUSTRY ENTERPRISES: THEORETICAL ASPECTS

Розглянуто й уточнено поняття "стратегія підприємства" у зарубіжній та вітчизняній науковій літературі. Досліджено етапи формування стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості.

Specified concept "strategy of enterprise" in foreign and domestic scientific literature is analyzed. It was investigated the stages of forming the strategy of growing economic potential in food industry enterprise.

Ключові слова: стратегія підприємства, зростання економічного потенціалу, підприємства харчової промисловості.

Key words: strategy of enterprise, growth of economic potential, food industry enterprises.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Розвиток будь-якого підприємства неможливий без вироблення стратегічних напрямів діяльності, які ґрунтуються на нововведеннях і мають інноваційний характер. Стратегія розвитку підприємства включає використання науково-технічних досягнень у сфері організації управління, техніки й технології та комплексний підхід до інноваційної діяльності. Формування стратегії розвитку підприємства дає змогу

* Стаття подана для участі у Міжнародній науково-практичній конференції "Бізнес та інновації у сучасному світі" (м. Луганськ, 1—2 квітня 2013 року)

визначити як підприємство буде функціонувати на ринку та виробити модель поведінки з врахуванням умов підприємницького середовища та економічного потенціалу підприємства, що включає в себе технічне оснащення, технологію, якість продукту, ціну, фінансування, ресурси, персонал, характер змін, а також визначити мету діяльності та оцінити стратегічні переваги.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Вагомий внесок у становлення й розвитку стратегій зростання економічного потенціалу підприємств зробили такі зарубіжні науковці: І. Ансофф, М. Портер, А. Стрікланд, А. Томпсон, У. Шарп. Серед українських учених, які займалися дослідженням розвитку стратегії економічного піднесення слід відзначити: О. Амошу, В. Гесця, З. Варналія, Я. Жаліло, Б. Базилюка, П. Саблука.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Незважаючи на різноманітність існуючих досліджень щодо зазначеного вище поняття, все ж залишається відкритим питання деталізації поняття "стратегія зростання економічного потенціалу підприємства". Необхідно дослідити сутність поняття "стратегія", встановити взаємозв'язок між стратегією та економічним потенціалом і, на цій основі, визначити поняття "стратегія зростання економічного потенціалу підприємства".

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

У сучасній практиці господарювання застосовується велика кількість стратегій підприємницької діяльності [1—15]. Звичайно їх групують, а потім характеризують за певними класифікаційними ознаками — економічною ситуацією і конкурентною позицією фірми, ступенем охоплення ринку. За такими ознаками виокремлюють стратегічні альтернативи відповідної базової стратегії.

Стратегія зростання підприємств уперше детально була розроблена Ансоффом [1]. Їм же була побудована модель зростання фірми. Вона складається з п'яти етапів: стадії планування, початкова стадія, стадія проникнення, прискореного зростання, перехідної стадії. (табл. 1).

Розробка стратегії передбачає визначення цілей і довгострокових перспектив розвитку на підприємстві; перетворення загальних цілей на конкретні напрями здійснення інвестиційної діяльності; ефективну реалізацію розробленої стратегії з метою досягнення поставлених цілей і перспектив розвитку; аналіз ситуації на ринку, внесення корективів у довгострокові напрями інвестиційної діяльності, стратегію з урахуванням накопиченого досвіду, умов, що здійснюються, нових ідей і можливостей підприємств [7]. Особливими вимогами до характеру та темпів розвитку підприємств харчової промисловості є:

- забезпечення відтворювального інноваційного циклу на підприємстві на новій технологічній основі;
- модернізація підприємств та підвищення конкурентоспроможності;
- побудова структурно-інноваційної моделі економічного зростання;
- пошук нових підходів у стратегії зростання економічного потенціалу підприємства;
- формування стратегії зростання економічного потенціалу.

Харчова промисловість є однією з найбільш важливих галузей промисловості в Україні з великим значенням для зайнятості і економічного утворення доданої вартості. Вона також відіграє центральну роль у переробці сільськогосподарської сировини і забезпечення населення продуктами харчування. В останні десятиліття в харчовій промисловості зустрічаються технічні та економічні зміни у виробництві та переробці харчових продуктів, соціальному середовищі, ланцюгу логістичних процесів від виробництва сільськогосподарської продукції, обробки харчових продуктів до кінцевого розподілу споживачам. Інноваційною складовою стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості може бути розробка нових продуктів харчування, нові науки і технічні можливості в переробці продуктів харчування, структурні зміни у галузі та торгівлі продуктами харчування. Всі ці інновації повинні впроваджуватися з врахуванням впливу світової продовольчої кризи, соціально-демографічного розвитку, зростанням населення та змінами споживчої поведінки.

У рамках методології формування стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості, спираючись на наукову літературу, потрібно дослідити, чи є вони відповідними для харчової промисловості. Потрібно проаналізувати структуру формування знань, інноваційну діяльність підприємств, взаємодію між різними суб'єктами, існуюче політичне та правове середовище, в якому існує харчова промисловість України.

Як свідчать результати дослідження аналізу стану інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості, подолання несприятливих тенденцій соціально-економічного розвитку стримується відсталістю технологічної структури промислового виробництва, низьким рівнем виробничої бази, недостатнім державним фінансуванням. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств здійснюється на рівні 75% за рахунок їх власних коштів, бюджетне фінансування складає лише 5%, а кредити банків та кошти вітчизняних і іноземних інвесторів становлять 20%.

Підприємства повинні створювати нові форми науково-виробничої діяльності, які можуть забезпечувати технологічні зміни та реалізувати умови для прискорення інноваційних процесів, що повинно стати одним з найважливіших напрямків стратегії зрос-

Таблиця 1. Характеристика стратегії зростання підприємств

№ п/п	Етапи моделі	Характеристика етапів
1	Стадія планування	Планування складової стратегії зростання підприємств забезпечує можливість врахування майбутніх задач, розгляду діяльності підприємства як безперервного процесу, в якому поточні дії пов'язані з майбутніми, управління не тільки короткостроковими, а й довгостроковими цілями розвитку, визначення основних потреб ринку, здійснення впливу на зміни підприємницького середовища.
2	Початкова стадія	Метою є помірне зростання для того, щоб забезпечити підприємству вихід на оптимальну ефективність. Керівництво займає пильну позицію по відношенню до прискорення темпів розвитку, намагаючись забезпечити виявлення вузьких місць та їх ліквідацію, щоб надалі зайняти напередліт наступальну позицію на ринку. Однією з цілей початкової стратегії є швидкість і перехід до наступної стратегії.
3	Стадія проникнення	Стадія проникнення направляє зусилля підприємства на глибше проникнення на ринок і додаткові зусилля зі збільшення темпів зростання об'єму продажів. Якщо для цього потрібно придбання і поглинання, то вони робляться у рамках цієї стратегії. Довготривалі програми передбачають розвиваючі дії з усіх напрямів функціонування підприємства, особливо, звертаючи увагу на посилення фінансових позицій, модернізацію основних засобів. Після досягнення цих цілей і, провівши необхідну внутрішню перебудову, підприємство може перейти до наступної стратегії.
4	Стадія прискореного зростання	Метою стадії прискореного зростання є повне використання внутрішніх і зовнішніх можливостей. Цей етап циклу зростання повинен робитися якомога довше, оскільки саме у його період відбувається повне використання ресурсів, зростання прибутків починає перевершувати зростання продажів, частка ринку наближається до запланованої. Але на етапі прискореного зростання починають виникати негативні тенденції в діяльності підприємства, тому однією з цілей цієї стратегії є якомога швидше їх виявити.
5	Перехідна стадія	Метою стадії перехідного періоду є забезпечення після періоду прискореного зростання періоду перебудови діяльності підприємства для входження в новий цикл зростання якнайшвидше, тобто не допускаючи тривалої стагнації. Стратегія передбачає економію, відмову від нових виробництв. Відбувається глибокий аналіз існуючого стану справ на підприємстві з метою зменшення витрат, підвищення прибутковості, перебудови системи управління.

тання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості (табл. 2).

На основі аналізу існуючих наукових поглядів можна запропонувати таку концептуальну схему розробки та реалізації стратегії зростання економічного потенціалу підприємства харчової промисловості, що містить такі основні етапи:

1. Визначення місії та системи стратегічних цілей.
2. Оцінка економічного потенціалу та підприємницького середовища.
3. Визначення пріоритетних напрямків розвитку підприємства.
4. Вибір стратегії швидкого зростання економічного потенціалу підприємства.
5. Реалізація стратегії зростання економічного потенціалу підприємства.
6. Оцінка ефективності впровадження стратегії зростання економічного потенціалу підприємства.

В сучасних умовах розвитку підприємств харчової промисловості необхідна розробка нової моделі економічного зростання, що відображає можливості підприємств в інноваційному розвитку. Саме цією моделлю може стати сформована стратегія зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості.

Етапи формування стратегії зростання економічного потенціалу підприємства відображає рис. 1.

На основі численних емпіричних досліджень європейських вчених з'ясувалось, що постачальники інноваційних технологій вносять значний внесок в інноваційну діяльність підприємств харчової промисловості. Це проявляється шляхом придбання підприємствами харчової промисловості нового устаткування і техніки та використання нових інгредієнтів у виробництві харчових продуктів, які розроблені інноваційними компаніями [16].

Сучасне глобальне підприємницьке середовище вимагає наступних інноваційних процесів: підвищення пріоритетної ролі спеціалізації та кооперування виробництва наукомісткої продукції, високих технологій, нових видів матеріалів; суттєве випередження виробництва науково-технічних знань у зв'язку з істотними змінами в міжнародному поділі праці, торгівлі ліцензіями, ноу-хау та науковою інформацією.

Важливою складовою формування стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості є управління змінами на підприємстві, що включає: здійснення стратегічної діагностики, мобілізацію керівників підприємства на підтримку змін, планування процесу змін, запобігання конфліктами між стратегічною і поточною діяльністю підприємства, прийняття стратегічних рішень, управління інноваційним виробничим процесом, розробку та впровадження стратегії інноваційного розвитку і формування сприятливої атмосфери з цією метою, здійснення оперативної та стратегічної системи управління, заохочення успішної стратегічної діяльності.

На швидкість і ефективність здійснення певних стратегій і їхніх альтернатив впливає багато чинників. До визначальних варто віднести: по-перше, високу якість, технічний рівень і конкурентоспроможність продукції підприємства на світовому та вітчизняному ринках; по-друге, належний розвиток торговельно-комерційної мережі та післяпродажного сервісу підприємства; по-третє, зниження рівня поточних витрат, розширення особистих контактів підприємця з партнерами, здійснення дійової реклами; по-четверте, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, започаткування спільного підприємництва тощо.

Визначальним фактором в рішенні даної задачі є стратегічні цілі діяльності підприємства. Аналіз передумов зростання підприємств у триаді "ресурси — стратегічний простір — мета зростання" дозволяє виявити можливості залучення необхідних ресурсів для використання перспективних напрямків зростання.

Таблиця 2. Схема розробки та реалізації стратегії зростання економічного потенціалу підприємств харчової промисловості

Етапи стратегічного планування	Стратегія зростання економічного потенціалу на основі розробки нової продукції	
	Дослідження та розробка	Реалізація
Мета	Відкриття нових наукових концепцій та закономірностей розвитку підприємства	Використання інноваційних знань для розробки нової продукції
Розподіл робіт	Індивідуальна та колективна розробка проєктів	На основі визначених цілей здійснюється розподіл завдань, оцінка та контроль їх виконання
Відбір та контроль	Інноваційні проєкти відбираються з метою забезпечення своєчасної їх зміни та пріоритету	Контроль здійснюється для досягнення цілей у визначені терміни та у встановлених межах витрат
Керівництво стратегічним розвитком	Здатність здійснювати компетентну оцінку результатів реалізації стратегії	Дотримання встановлених термінів завершення розробки та своєчасний вихід на ринок з новою продукцією
Стимулювання новаторства	Спрямоване на краще розв'язання проблем з метою досягнення переваг на ринку нової продукції	Спрямована на управлінські та програмні зміни

* Розроблено автором.

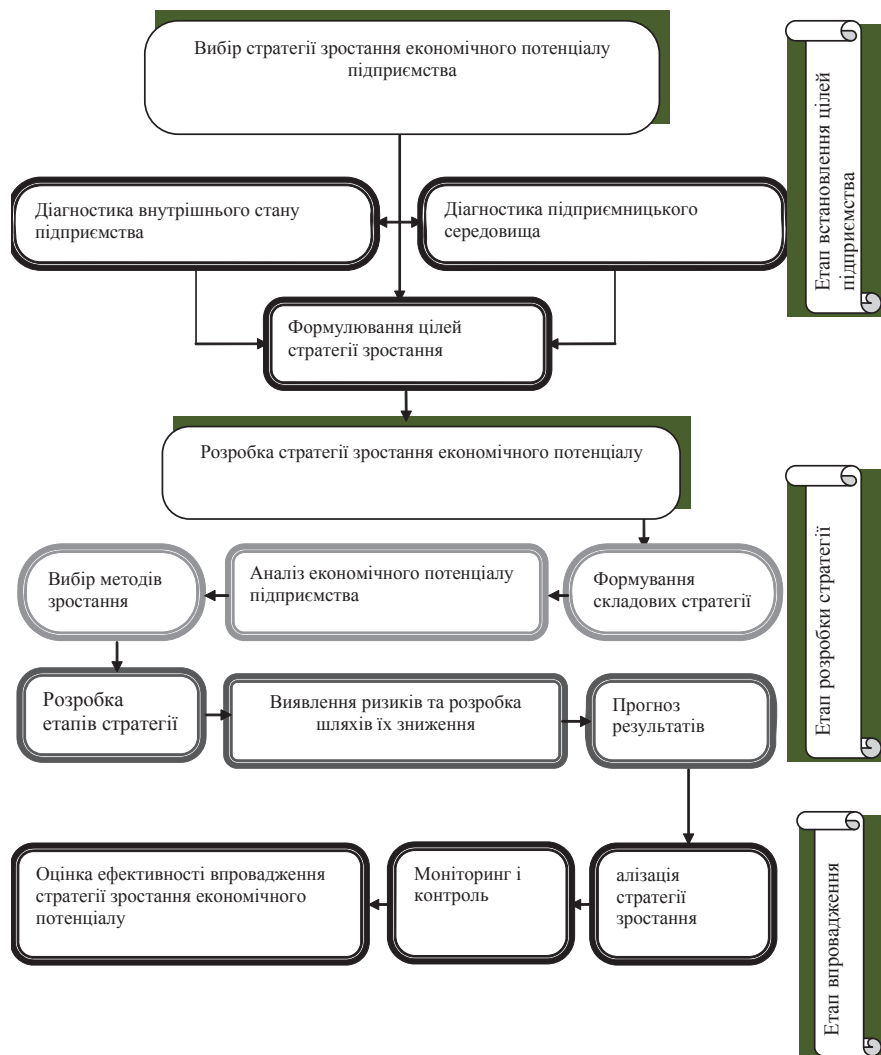


Рис. 1. Етапи формування стратегії зростання економічного потенціалу підприємства

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Незважаючи на певні спільні риси у теоретичній концепції стратегії розвитку підприємства в аналізованих працях, усім напрацюванням притаманні відмінності. На думку автора, стратегія підприємств — це задекларований довгостроковий напрям розвитку підприємства, що включає цілі і шляхи їх досягнення. Зазначені контексти розробки стратегії зростання економічного потенціалу дозволяють урахувати конкурентні та фінансові детермінанти зростання підприємства в нестабільному підприємницькому середовищі. Довершеність запропонованої моделі розробки стратегії забезпечує введення ще одного контексту — вивчення впливу підприємницького середовища на результати реалізації стратегії зростання економічного потенціалу підприємства.

Література:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. — СПб.: Питер Ком, 1999. — 416 с.
2. Белошапка В.А. Стратегическое управление: принципы и международная практика / В.А. Белошапка, Г.В. Загорный. — К.: Вид-во "Абсолют-В", 2002. — № 3. — С. 38—44.
3. Брэддик У. Менеджмент в организации. / У. Брэддик — М.: ИНФРА-М, 1997.
4. Василенко В.А. Стратегічне управління: навч. посібн. / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. — К.: Вид-во ЦУЛ, 2003. — 396 с.
5. Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти: монографія / Д.К. Воронков. — Харків: В.Д. "ІНЖЕК", 2010. — 365 с.
6. Головкова Л.С. Сукупний економічний потенціал корпорації: формування та розвиток: монографія / Л.С. Головкова. — Запоріжжя: КПУ, 2009. — 339 с.
7. Дацій Н.В. Методичні рекомендації щодо розробки інвестиційної стратегії промислових підприємств / Н.В. Дацій // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. — 2005. — №4. — С. 70—74.
8. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф // Пер. с англ. — М.: Экономика, 1991. — 239 с.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. — М.: Изд-во "Прогресс", 1990. — 736 с.
10. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — М.: Дело, 1992. — 702 с.
11. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: навч. посібн. / М.Г. Саєнко. — Тернопіль: Вид-во "Економічна думка", 2007. — 352 с.
12. Селезньова Г.О. Стратегія підприємства: навч. посібн. / Г.О. Селезньова. — Харків: Вид-во ХНЕУ, 2007. — 240 с.
13. Шелегеда Б.Г. Стратегічне управління потенціалом підприємства: монографія / Б.Г. Шелегеда, Н.В. Касьянова, А.Я. Берсуцький та ін. — Донецьк: Вид-во ДонУЕП, 2006. — 219 с.
14. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. — К.: Вид-во КНЕУ, 1999. — С. 94—120.
15. Porras J. Organization Development and Transformation / J. Porras, R. Silvers // Annual Review of Psychology. — 1991. — Vol. 42. — P. 51—78.
16. Traill, W. B.; Meulenbergh, M., 2002: Innovation in food industry. *Agribusiness* 1, Nr. 18, Nr. 1, S. 1—21.

УДК 332.1: 330.341.1

Л. Х. Доленко,

к. е. н., доцент кафедри світового господарства та міжнародних економічних відносин, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

М. О. Кононова,

аспірант кафедри економічної теорії та історії економічної думки, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ*

L. H. Dolenko,

PhD in economics, assistant professor world economy and international economic, Odessa National University of I. I. Mechnikov

M. A. Kononova,

Postgraduate student of economic theory and history economic thought Odessa National University of I. I. Mechnikov

CLUSTERISATION AS A KEY DIRECTION OF INCREASING INNOVATION POTENTIAL OF A REGION

В статье рассматривается инновационная активность предприятия как основа повышения его конкурентоспособности. Исследуется феномен кластерных структур как наиболее эффективных для внедрения инновационной политики на предприятии. Анализируется роль государства в создании таких структур и эффективности их функционирования.

In the article innovative activity is mentioned as the basis of the company's competitiveness. The phenomena of cluster structures is determined as most effective structure for the implementation of innovation policy in the company. Also the role of the state in creating such structures and their functioning is investigated.

Ключові слова: кластер, інноваційна політика, міжфірмenna кооперація.

Key words: cluster, innovation policy, networks, intercompany collaboration.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

В умовах нестабільності та невизначеності економічного розвитку зростає усвідомлення необхідності інноваційної спрямованості розвитку вітчизняної економіки, зростання її конкурентоспроможності. Однією з проблем підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є низький рівень їх інноваційної активності. Враховуючи той факт, що конкурентоспроможність є найбільш важливим

* Стаття подана для участі у Міжнародній науково-практичній конференції "Бізнес та інновації у сучасному світі" (м. Луганськ, 1—2 квітня 2013 року)