

ПРО ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ І ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЗАГОТІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ І ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Б. В. Зима, кандидат економічних наук;

Г. І. Зима, кандидат економічних наук

Як показує історичний і кращий сучасний зарубіжний досвід, одним із дієвих інструментів сталого розвитку в умовах ринкової економіки й переходу до неї є кооперативний рух серед дрібних і середніх виробників сільськогосподарської продукції. Кооперація дрібних і середніх виробників сільськогосподарської продукції є головним двигуном розвитку села, його порятунком. Кооперативні формування розглядаються як дієвий інструмент виробничого забезпечення дрібних селянських і фермерських господарств, включення виробленої ними продукції в загальнонаціональний «маркетинговий ланцюг», збільшення доданої вартості на неї шляхом організації первинної обробки та зберігання, а також підвищення безпечності та якості сільськогосподарської продукції. Одночасно кооперативи є способом концентрації економічно активних особистих селянських господарств.

Усе це повною і зростаючою нагальною мірою відноситься й до системи споживчих товариств, їх спілок і підприємств, які за роки планово-директивної економіки нагромадили унікальний досвід заготівель, зберігання й переробки сільськогосподарської продукції, виробленої, зокрема, й своїми членами. В умовах переходу до ринкової економіки цей досвід з низки об'єктивних і суб'єктивних причин значною мірою втрачений. Для забезпечення соціально-економічного розвитку українського села в нинішніх умовах було б доцільно його відновити з урахуванням сучасних реалій та вимог.

Для цього необхідно забезпечити адекватний рівень координації й індикативне плану-

вання колись багатогалузевої діяльності споживчих товариств, у тому числі й заготівельної діяльності, системи, вигідної для селян збуту вирощуваної ними сільськогосподарської продукції через споживчі товариства, їхні підприємства та спілки.

Для цього важливо виробити й запровадити систему адекватного управління й координації заготівельної діяльності кооперативних організацій і підприємств у сучасних складних умовах життя українського села. Проблема тичність і складність розроблення й запровадження такої системи зумовлені тим, що такі координування й оцінка не можуть і не повинні орієнтуватися лише на вузько-комерційний аспект діяльності, тобто тільки на оцінку обсягів заготівель і маси чи рівня отриманого прибутку кооперативною організацією, підприємством. Не менш (якщо не першочергово) важливо, щоб така оцінка враховувала ступінь задоволення економічних інтересів членів кооперативів, вигідність для них вирощування і збуту власне виробленої продукції саме через кооператив, його підприємство.

Дослідженням проблем заготівельної діяльності споживчої кооперації займалися такі вчені: Б. В. Зима, М. П. Писаренко, А. М. Завражних, О. В. Березін. Але критерії і показники заготівельної діяльності і підходи до них на сучасному етапі недостатньо вивчені.

Мета статті – визначити методологічні підходи до формування системи критеріїв і показників об'єктивної оцінки заготівельної діяльності кооперативних організацій і підприємств в умовах становлення вітчизняного ринку аграрної продукції.

Для відновлення кооперативної заготівельної діяльності в першу чергу важливо визначити систему критеріїв і показників її оцінки в умовах ринкових перетворень, конкуренції на ринках аграрної продукції.

За економічною теорією, оцінка діяльності будь-якого суб'єкта господарювання здійснюється через призму виконання ним своєї місії з допомогою відповідних критеріїв і показників (індикаторів), які безпосередньо або опосередковано відображують ступінь виконання ним його місії.

Основа місії вітчизняних суб'єктів господарювання, що здійснюють свою господарську діяльність в умовах ринкової конкуренції на кооперативних принципах, визначена у відповідному законодавстві України. Наприклад, у Законі України «Про споживчу кооперацію України» місія багатогалузевої (багатопрфільної) господарської діяльності кооперативних організацій і підприємств системи окреслена так: «Споживча кооперація в Україні – це добровільне об'єднання громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану...» [3, ст. 1].

Основний зміст місії споживчого товариства, первинної вітчизняної системи споживчої кооперації, полягає у здійсненні своєї діяльності з метою поліпшення економічного і соціального стану членів споживчого товариства. «...Споживче товариство – самостійна, демократична організація громадян, які на основі добровільності членства і взаємодопомоги за місцем проживання або роботи об'єднуються для спільного господарювання з метою поліпшення свого економічного і соціального стану» [3, ст. 5, ч. 1]. На цій законодавчо закріпленій основі особи, що віддають перевагу кооперативним принципам і обрали формою своєї спільної господарської діяльності споживче товариство, визначають конкретну його місію, яка зазвичай закріплюється у статуті товариства.

Для реалізації своєї місії споживчі кооперативи, які за своєю природою і за вітчизняним законодавством є непідприємницькими товариствами, «...можуть поряд зі своєю основною діяльністю здійснювати підприємницьку

діяльність, якщо інше не встановлено законом і якщо така діяльність відповідає меті, для якої вони були створені, та сприяє її досягненню» [1, ст. 86, ч. 1].

За законом України «Про споживчу кооперацію» система в інтересах своїх членів «...здійснює торговельну, заготівельну, виробничу та іншу діяльність, не заборонену чинним законодавством України» [3, ст. 1], які за самим формулюванням і визначенням у Законі (особливо торговельна діяльність) є підприємницькою (комерційною) господарською діяльністю.

Аналогічно зміст господарської діяльності споживчого товариства визначається й в іншому вітчизняному законодавстві. Так, у Законі України «Про кооперацію» зазначається, що «*споживче товариство утворюється шляхом об'єднання фізичних та/або юридичних осіб для організації торговельного обслуговування, заготівель сільськогосподарської продукції, сировини, виробництва продукції та надання інших послуг з метою задоволення споживчих потреб його членів*» [2, ст. 2, ч. 5].

Тобто торговельна, заготівельна, виробнича та інша діяльність можуть здійснюватися споживчим товариством безпосередньо (у цьому разі воно втрачає статус неприбуткового товариства), що характерно для більшості існуючих споживчих товариств системи Укоопспілки, та/або опосередковано, у інших передбачених законодавством формах, зокрема у формі підприємства споживчої кооперації:

Особливістю завдань таких підприємств є здійснення своєї діяльності з метою отримання можливо більшого прибутку для сприяння поліпшенню соціального і економічного стану членів кооперативів.

«Метою діяльності підприємства є задоволення потреб у товарах, роботах, послугах членів споживчих товариств, інших громадян, підприємств, організацій споживчої кооперації України та позасистемних споживачів» (п. 2.1 Засновницького договору).

Завданням підприємства є ефективне використання в процесі господарювання фінансових, матеріальних і трудових ресурсів з метою виконання завдань, визначених Зако-

ном України «Про споживчу кооперацію», Законом України «Про кооперацію» та статутом підприємства [4, п. 2.2].

Таким чином, для всіх суб'єктів господарювання системи, незалежно від того, здійснюють вони непідприємницьку чи підприємницьку господарську діяльність, головною, визначальною складовою їх місії є здійснення їхньої діяльності в інтересах членів кооперативів, які можуть задовольнятися як безпосередньо, так і опосередковано.

Відтак, управління, у тому числі планування, оцінка діяльності будь-яких суб'єктів господарювання системи, їх структурних складових, а також на всіх рівнях системи слід здійснювати через призму відповідності їх діяльності цій визначальній складовій їхньої місії.

Інтереси членів споживчих товариств, відповідно до законодавства і їхніх статутів, а також економічні інтереси інших сільських жителів і сільськогосподарських виробників, які покликана задовольняти кооперативна заготівельна діяльність, у нинішніх умовах перебувають щонайменше у двох площинах:

1) отримання грошових доходів від економічно вигідного збуту/продажу власне виробленої сільськогосподарської продукції через споживчу кооперацію;

2) можливість купити у кооперативній торговельній мережі на отримані з цього та інших джерел грошові кошти потрібні їм товари для особистого та господарського споживання у домашньому господарстві, а також засоби виробництва для ведення особистого селянського господарства.

Це зумовлює необхідність тісного господарсько-виробничого взаємозв'язку заготівельної і виробничо-переробної діяльності з торговельною діяльністю кооперативних організацій і підприємств, тобто посилення внутрішньосистемних інтеграційних процесів.

Разом з тим, у ринковій системі господарювання це можливе за умови збереження і, по можливості, зміцнення ринкових позицій кооперативних організацій і підприємств, багатогалузевий характер якої зумовлює їх функціонування не на одному, а одночасно на кількох суміжних ринках. Зокрема, здійснення заго-

тівельної діяльності, економічні функції якої полягають у обміні і доведенні сільськогосподарської продукції від виробників до споживачів, пов'язані з трьома суміжними ринками: первинним аграрним ринком, оптовим ринком і споживчим (роздрібним) ринком сільськогосподарської продукції.

Усе це робить неможливим застосування для оцінки кооперативної заготівельної діяльності одного критерію чи якогось показника й вимагає системного підходу – групи критеріїв, серед яких визначальне місце посідають критерії оцінки ринкового положення, від дотримання яких залежить виконання головного критерію, що витікає з місії кооперативної організації чи підприємства. Ієрархія (підпорядкованість) і взаємозв'язок критеріїв системного підходу до оцінки кооперативної заготівельної діяльності зображена на рис.

Отже, з огляду на множинність основних завдань кооперативної системи на вітчизняному ринку сільськогосподарської продукції, необхідно застосовувати системний підхід до оцінки їх дотримання не за одним, а за різними взаємопов'язаними критеріями та відповідними їм показниками (індикаторами).

Об'єктивна оцінка за кожним критерієм потребує застосування для цього різних показників, головними серед яких є місце (ніша) й частка кооперативної організації чи підприємства на тому чи іншому ринку, на ринках окремих товарів.

Визначення часток ринку сільськогосподарської продукції кооперативних організацій і підприємств на первинному та районному рівнях практично неможливе через відсутність або недоступність, або неможливість отримання необхідної для цього інформації.

Тому для оцінки становища/положення кооперативних організацій на ринках сільськогосподарської продукції можливо й доцільно застосовувати показники (індикатори) опосередкованої (непрямої) оцінки їх місця на тому чи іншому сегменті ринку сільськогосподарської продукції, на окремих товарних ринках такої продукції з використанням для цього відповідної економічної інформації, зокрема даних звітів з державних і адміністративних (відомчих) статистичних спостережень.

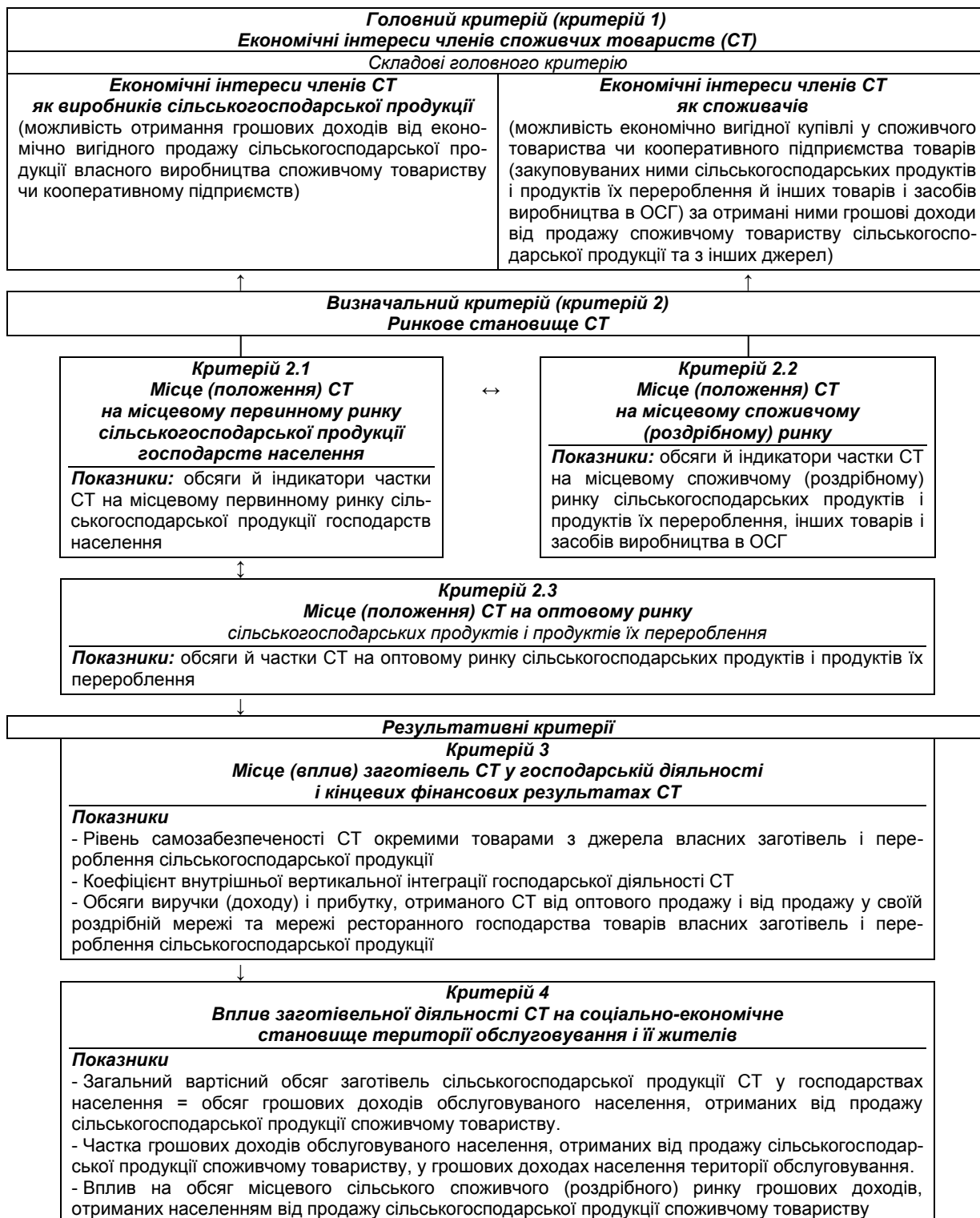


Рис. Ієрархія (підпорядкованість) і взаємозв'язок (взаємовплив) критеріїв і показників (індикаторів) оцінки заготівельної діяльності кооперативних організацій та підприємств

Виконання головного завдання кооперативних організацій і підприємств у частині здійснення заготівель сільськогосподарської продукції, що витікає з їхньої місії, вирішальною

мірою залежить від їх позицій на первинному ринку цієї продукції, від яких залежать позиції на оптовому та споживчому (роздрібному) ринках такої продукції. Через це при аналізі

та плануванні заготівельної і прямо й тісно пов'язаної з нею іншої кооперативної господарської діяльності (виробничо-переробної, торговельної тощо) першочергова увага повинна бути спрямована на місце організацій і підприємств системи саме на первинному ринку. Разом з тим важливо враховувати і зворотний вплив положення організацій і підприємств системи на оптовому і споживчому (роздрібному) ринках сільськогосподарської продукції і продукції її переробки, які є потенційно потужними каналами збуту заготовленої продукції, розширення яких може дозволити суттєво розширити кооперативні позиції на первинному ринку.

У цьому зв'язку важливо визначати й оцінювати вплив заготівельної і переробної діяльності на самозабезпечення системи, її торговельної діяльності товарами сільськогосподарського походження. За безпосередніми цілями та функціями заготівельно-переробна діяльність разом із внутрісистемною оптовою торгівлею сільськогосподарською продукцією є внутрішньою логістичною (самозабезпечуючою) підсистемою основного виду економічної діяльності кооперативних організацій – роздрібною торгівлі.

Підвищення рівня самозабезпечення системи такими товарами зумовлює не тільки розширення та зміцнення позицій системи на споживчому ринку, а й забезпечує збільшення доходів (виручки) і кінцевих фінансових результатів торгівлі, зменшує її потребу в грошових коштах, необхідних для придбання (купівлі) товарів, поліпшуючи платоспроможність і фінансовий стан кооперативних організацій і підприємств, посилюючи їхню конкурентоспроможність. Це потребує застосування особливих показників для оцінки такої сторони діяльності кооперативних організацій і підприємств, методичні підходи до визначення яких є предметом іншої статті.

Становище кооперативних організацій і підприємств на первинному ринку сільськогосподарської продукції як визначального фактора їх становища на оптовому і споживчому (роздрібному) ринках такої продукції на всіх рівнях кооперативної системи рекомендується оцінювати окремо за основними кате-

горіями господарств – на первинному ринку продукції сільськогосподарських підприємств і на первинному ринку сільськогосподарської продукції господарств населення – через суттєві відмінності цілей сільськогосподарського виробництва і напрямів використання його продукції зазначеними групами виробників.

Оцінка ринкових позицій системи на первинному ринку продукції сільськогосподарських підприємств, зокрема фермерських господарств, на рівні первинної ланки – сільського споживчого товариства практично неможлива через конфіденційність необхідної для цього інформації, даних статистичної звітності окремих підприємств, що функціонують на території діяльності споживчого товариства. На районному рівні така оцінка (за деяким винятком) доцільна, але її можливо здійснювати тільки в цілому по району, використовуючи дані зведених по району статистичних звітів підприємств форми № 21-заг «Звіт про реалізацію сільськогосподарської продукції» і форми № 16-сг «Баланси сільськогосподарської продукції». На регіональному та вітчизняному рівнях кооперативної системи зазначена оцінка може здійснюватися в цілому й у розрізі районів/регіонів також за допомогою даних зведених звітів зазначених форм.

Для оцінки місця кооперативних організацій і підприємств на первинних ринках окремих видів сільськогосподарської продукції господарств населення на районному рівні системи методологічно можливо скласти баланси такої продукції у цій категорії господарств, але наразі у більшості організацій це не завжди доцільно передовсім через динамічність ситуації на місцевих ринках такої продукції, велику залежність її від погодно-кліматичних, регіональних умов тощо.

Оцінка місця кооперативних організацій і підприємств на первинних ринках основних сільськогосподарських продуктів на регіональному й вітчизняному рівнях можлива з використанням для цього балансів таких видів продукції сільськогосподарських підприємств і господарств населення, які складає Держкомстат України у регіональному розрізі (Держкомстат щорічно видає і оприлюднює в електронному форматі статистичні збірники

«Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України», окремим розділом якого є розділ «Баланси основних сільськогосподарських продуктів по регіонах» (м'яса та м'ясних продуктів, молока та молочних продуктів, яєць, зернових і зернобобових, продуктів переробки зерна, картоплі, овочів і баштанних продовольчих культур, плодів, ягід і винограду) в сільськогосподарських підприємствах і в господарствах населення.

Визначення обсягів первинного ринку продукції господарств населення на рівні місцевих територіальних одиниць (сільських, селищних рад, адміністративних районів) на основі цих даних відповідної статистичної звітності – методологічно складне й трудомістке завдання, ретельне виконання якого не завжди може бути вчасним. Тому доцільно оцінювати положення кооперативних організацій і підприємств на місцевих первинних ринках сільськогосподарської продукції господарств населення, використовуючи для цього систему непрямих показників (індикаторів), що опосередковано певною мірою характеризують це положення, дозволяють виявляти його зміни і тенденції.

Аналіз показує неприйнятність для опосередкованої оцінки місць кооперативних організацій і підприємств на первинних ринках окремих видів сільськогосподарської продукції господарств населення такого раніше поширеного універсального показника, що ще й досі вживається в окремих споживспілках, як обсяги заготівель у розрахунку на одне господарство населення («на один двір»). Такий показник не враховує велику неоднорідність і територіальну строкатість показників потенціалу особистих селянських господарств з виробництва сільськогосподарської продукції загалом, особливо окремих її видів, а відтак, – і можливості проведення заготівель кооперативними організаціями і підприємствами, обсяги первинних ринків продукції господарств населення окремих регіонів, територіальних одиниць.

Так, за даними Держкомстату України, в 2010 р. 50,9 % сільських домогосподарства володіли земельними ділянками площею до 50 соток, від 50 соток до 1 гектара – 27,3 % і

тільки 21,8 % – площею 1,01 гектара і більше, у тому числі плащею понад 5 гектара – 3,3 % [11, с. 13]. Того ж року утримували худобу та птицю 70,3 % сільських домогосподарств, тобто майже кожне третє домогосподарство не утримувало їх [11, с. 17]. У розрахунку на 10 таких домогосподарств країни чисельність великої рогатої худоби становила 5,5 гол., корів – 3,7 гол., свиней – 6,7 гол. При цьому показник чисельності великої рогатої худоби на 10 господарств по окремих регіонах України коливається в межах від 1,7 гол. (Київська обл.) до 9,8 гол. (Миколаївська обл.), корів – від 1,4 (Київська обл.) до 5,7 (Хмельницька обл.), свиней – від 1,5 гол. (АРК) до 15,6 гол. (Волинська обл.).

Попри це, індикатор, визначений на зазначеному вище методичному підході, можна, доцільно і рекомендується застосовувати, з певними застереженнями, для оцінки сукупної кооперативної частки на сегменті господарств населення первинного ринку сільськогосподарської продукції, для розрахунку такого показника як загальний вартісний обсяг заготівель у населення («заготівельний оборот») у розрахунку на одне сільське домогосподарство. Цей показник, не бездоганий із погляду реальності відображення сукупної частки ринку, має іншу важливу перевагу, що зменшує його вади: він несе потенційно важливе соціально-економічне навантаження, позаяк відображує реальні обсяги грошових доходів, отриманих сільськими жителями від кооперативних організацій і підприємств за реалізовану їм сільськогосподарську продукцію, відтак, – вплив кооперативної системи на загальний обсяг сільського споживчого (роздрібного) ринку, що зумовлює інші позитивні соціально-економічні наслідки як для системи, так і для вітчизняного села.

Для оцінки місць на первинних товарних ринках окремих видів продукції з методологічного погляду більш доцільно використовувати показники, що характеризують відношення обсягу заготівель у населення певного виду продукції до відповідного показника, що характеризує виробничий сільськогосподарський потенціал домогосподарств – до посівної площі певної сільськогосподарської

культури (картоплі, овочів тощо), до поголів'я худоби, птиці, кількості бджолосімей у цій категорії господарств та ін. Дані про виробничий сільськогосподарський потенціал домогосподарств сільської місцевості містяться у звітах з державного статистичних спостережень форми № 6-сільрада (кількість домогосподарств, площі земельних ділянок у їх володінні, поголів'я худоби та птиці та ін.) і форми № 4-сільрада (загальні посівні площі, у тому числі під окремими культурами в господарствах населення).

Наскрізні показники (індикатори), що рекомендуються до застосування, також не повною мірою відображують відмінності товарних ринків окремих територій. При однаковому, наприклад, поголів'ї свиней на 100 господарств населення суттєво можуть розрізнятися показники середньої чисельності домогосподарств, що їх утримують і можуть чи мають намір продати свиней заготівельним організаціям.

2011 р., при середньому розмірі домогосподарства сільської місцевості України 2,70 особи, частка домогосподарств, що складаються з однієї особи, становила 25,8 % у загальній кількості сільських домогосподарств, з двох осіб – 26,8 %, з трьох – 18,9 %, з чотирьох – 14,8 %, з п'яти і більше осіб – 13,7 % [10, с. 27].

Тому окремі кооперативні організації можуть використовувати на свій вибір й інші найрізноманітніші індикатори, які дозволять якомога повніше, більш реально і об'єктивно оцінювати ринок і своє положення на ньому, використовуючи для цього достовірну інформацію з інших джерел.

Однак з метою більшої прозорості кооперативної заготівельної діяльності, покращення її координації та підвищення рівня управління нею, вироблення єдиних і зрозумілих підходів до її оцінки на всіх рівнях кооперативної системи рекомендується застосувати єдину систему наскрізних (для всіх рівнів системи) показників (індикаторів) оцінки місця кооперативних організацій і підприємств на первинному ринку сільськогосподарської продукції господарств населення (див. схеми 2.2–2.4). Це не виключає можливості використання інших методичних підходів і показників

для більш повної і всебічної оцінки. Наприклад, при отриманні більш широкої інформації про первинний ринок аграрної продукції шляхом проведення відповідних досліджень тощо.

Отже, щоб отримати об'єктивну і реальну оцінку місць кооперативних організацій і підприємств на первинному ринку сільськогосподарської продукції господарств населення, необхідно використовувати рекомендовані вище наскрізні показники (індикатори), визначати шляхом порівняння обсягів заготівель окремих видів продукції у населення кооперативної організації чи підприємства з відповідними показниками виробничого господарського потенціалу сільських домогосподарств на всій території діяльності споживчого товариства, райспоживспілки чи її підприємства – райкоопзаготпрому тощо, а не шляхом відношення обсягів заготівель до показників потенціалу домогосподарств тільки тих населених пунктів, у яких ще функціонують магазини, заготівельні пункти чи інші господарські одиниці споживчого товариства, що інколи використовується при визначенні чисельності обслуговуваного кооперативною торгівлею населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон від 16.01.2003 № 435- IV / Верховна Рада України : офіц. веб-портал. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/435-15>. – Назва з екрана.
2. Про кооперацію [Електронний ресурс] : Закон України від 10.07.2003 р. № 1087-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 5. – С. 35.
3. Про споживчу кооперацію [Електронний ресурс] : Закон України від 10.04.1992 р. № 2265-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 30. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
4. Примірний засновницький договір про створення підприємства споживчої кооперації, затверджений Постановою Третіх зборів Ради Укоопспілки дев'ятого скликання від 25.01.2006 р., ; Погоджено з президією ЦК Профспілки працівників споживчої кооперації України (постанова 24.01.2006 р. № П-1/1). – К. : Укоопспылка, 2006.

5. Примірний статут споживчого товариства. Затверджено XVIII (позачерговим) з'їздом споживчої кооперації України 19.12.2000 р. (зі змінами і доповненнями, внесеними п'ятьма і сьомими зборами Ради Укоопспілки сімнадцятого скликання 17.05.2002 р. і 22.03.2004 р.). – К. : Укоопспілка, 2000.
6. Збірник нормативних документів із заготівельної діяльності. – К. : Укоопспілка, 2001. – 112 с.
7. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та допов. – К. : КНЕУ, 2001. – 457 с.
8. Методические указания по анализу объемных показателей заготовок сельскохозяйственных продуктов и сырья в районном звене потребительской кооперации / отв. исполнитель Зима Б. В. – М. : Центросоюз СССР, 1982. – 94 с.
9. Методические указания по планированию заготовок, реализации и остатков сельскохозяйственных продуктов и сырья в районном звене потребительской кооперации / отв. исполнитель Зима Б. В. – М. : Центросоюз СССР, 1982. – 83 с.
10. Методические указания по планированию заготовительного оборота в областных (краевых, АССР) потребсоюзах / Н. Ф. Баев, С. В. Чернов, С. И. Лапушкин, Т. Н. Игнатова. – М. : Центросоюз ВНИИЭКТ, 1982. – 77 с.
11. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2010 році : стат. зб. / Державна служба статистики України. – К. [б. в.], 2011. – Ч. I. – 368 с.
12. Основні сільськогосподарські характеристики домогосподарств у сільській місцевості в 2010 році. : стат. зб. / Держкомстат України. – К. : [б. в.], 2010. – 80 с.
13. Современный словарь иностранных слов. – С.Пб. : Дуэт, 1994. – 752 с.
14. Сучасний тлумачний словник української мови : 50 000 слів / В. В. Дубичинський. – Х. : ВД «Школа», 2006. – 832 с.

УДК 005.21:658

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТАКТИЧНИХ МЕХАНІЗМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В. А. Власенко, кандидат економічних наук

Питання стратегічного і тактичного планування, а також формування стратегії розвитку фірми сьогодні надзвичайно актуальні. Неправильно обрана стратегічна політика, помилки у визначенні місії, прорахунки у формуванні стратегії фірми можуть призвести до значних збитків. Тому навчитися здійснювати вибір цільових сегментів, проводити аналіз середовища та активно брати участь у формуванні стратегії розвитку підприємства – головне завдання будь-якого менеджера. І від того, як комплексно це буде зроблено, повністю залежить успіх розвитку підприємства.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби та ситуації, що швидко змінюється, керівництво підприємств повинне не тільки концен-

трувати увагу на внутрішньому стані справ, але і виробляти довгострокову стратегію розвитку, яка дозволяла б їм встигати за змінами, що відбуваються у їх оточенні.

Проблемам стратегічного управління присвячені праці відомих зарубіжних учених: І. Ансоффа, Р. Акоффа, П. Ф. Друкера, М. Мескона, Г. Мінцберга, М. Портера, А. Дж. Стрікланда, А. А. Томсона, М. Еддоуса та інших, а також українських і російських дослідників Л. І. Абалкіна, А. І. Анчишкіна, М. І. Круглова, М. Ф. Пермічева, С. С. Шаталіна, З. Є. Шершньової та ін. [1, 2, 5, 6, 11, 12].

Останнім часом проблемам довгострокового планування і управління підприємствами велика увага приділяється у наукових розроб-