

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

О.Г. Занозовська

Національний університет харчових технологій

Стратегія розвитку передбачає визначення кількісних та якісних параметрів розвитку підприємств, вибір на основі можливих альтернатив

оптимальних заходів їх досягнення. Важливість розробки механізму реалізації стратегії розвитку підприємств харчової промисловості в Україні посилюється в сучасних умовах невизначеності економічної та політичної ситуації. Оскільки на сучасному етапі саме харчова промисловість є однією з найбільш інвестиційно привабливих галузей. Як показав аналіз, в дослідженнях деякі аспекти механізму реалізації стратегії розвитку підприємств харчової промисловості не достатньо повно розглянуті, тому виникає необхідність визначення його сутності, складових, важелів та інструментів.

Розробка механізму реалізації стратегії розвитку підприємств харчової промисловості дозволить підвищити ефективність їх діяльності. Для визначення та обґрунтування економічного змісту поняття «механізм реалізації стратегії розвитку підприємства», необхідно дати визначення основних категорій, які формують це поняття. Для трактування економічної сутності категорії «механізм» проаналізуємо визначення цього поняття вітчизняними та зарубіжними вченими. В Сучасному економічному словнику під «господарським механізмом» розуміється сукупність організаційних структур і конкретних форм і методів управління, а також правових норм, за допомогою яких реалізуються діючі в конкретних умовах економічні закони, процес відтворення [1]. За [2] «механізм» – це послідовність станів, процесів, які визначають собою які-небудь дії, явища, система, пристрій, який визначає порядок якого-небудь виду діяльності. Характерними ознаками, що найчастіше вживаються при трактуванні цієї категорії є «форми, методи, система, способи організації, управління». Слово «стратегія» етимологічно походить з давньогрецької мови: *stratos* – армія, *agos* – я управляю. Стратегію розуміють як встановлений набір напрямів діяльності (цілей і способів їх досягнення), що передивляється, для забезпечення стійкої відмінності і прибутковості [3, с. 57]; як комбінацію із запланованих дій і швидких рішень з адаптації до нових досягнень промисловості і нової диспозиції на полі конкурентної боротьби [4, с. 44]; виважений вибір відмінного від інших набору дій для доставки споживачам унікальних вигід [5, с. 83].

Етап реалізації стратегії є заключним у формуванні стратегії і чи не найскладнішим з усіх, оскільки від того, чи вдало реалізована стратегія залежить розвиток підприємства у довгостроковому періоді. На етапі реалізації стратегії обов'язковим елементом є перевірка відповідності певним критеріям, що були визначені на етапі планування. Якщо спостерігаються відчутні відхилення від поставлених цілей, необхідно переглянути їх, чи є вони досяжними, чи може, в процесі реалізації відбулися зміни у внутрішньому чи зовнішньому середовищі.

Таким чином, при розробці та вдосконаленні механізму реалізації стратегії підприємствами харчової промисловості, необхідно враховувати всі його елементи.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовський, Е.Б. Стародубцева. – [5-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 495 с.

2. Краткий экономический словарь : 7500 терминов / Азрилиян А.Н. Азрилиян О.М. Калащникова Е.В. Мещерякова О.В. ; Под ред. А.Н. Азрилияна. – М. : Ин-т новой экономики, 2001. – 1088 с.

3. Наливайко, А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : Монографія. / А.П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.

4. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 577 с.

5. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.