

Теоретичні аспекти формування інвестиційної стратегії на підприємствах харчової промисловості

У статті розглянуто основні вимоги до сформованої інвестиційної стратегії. Представлено процес її розробки на основі визначення інших основних функціональних стратегій підприємств харчової промисловості, які найбільше впливають на формування та реалізацію інвестиційної стратегії.

Ключові слова: *інвестиційна стратегія підприємства, формування, стратегічний набір, функціональні стратегії, зовнішнє середовище.*

В статье рассмотрены основные требования к сформированной инвестиционной стратегии. Представлено процесс ее разработки на основе определения других основных функциональных стратегий предприятий пищевой промышленности, которые имеют наибольшее влияние на формирование и реализацию инвестиционной стратегии.

Ключевые слова: *инвестиционная стратегия предприятия, формирование, стратегический набор, функциональные стратегии, внешняя среда.*

In the article basic requirements to the formed investment strategy are considered. It is presented the process of its elaboration with other functional strategies of food enterprises, which have the greatest influence on form and realization of the investment strategy.

Key words: *investment strategy of enterprise, formation, set of strategies, functional strategies, outside environment.*

Постановка проблеми. Будь-яке підприємство працює на ринку при постійних змінах зовнішнього середовища, що зумовлює імовірність появи негативних відхилень у функціонуванні об'єктів управління і породжує певний ризик. Суттєво знизити можливість виникнення останнього та ефективно використати переваги діяльності підприємства з урахуванням його позиції на ринку дозволяє вдало розроблена стратегія.

Нажаль, нині похвалитися чітко сформованою стратегією може далеко не кожне підприємство. Керівники вітчизняних та російських підприємств, для яких характерні подібні підходи та ставлення до стратегічного управління, недостатньо уваги приділяють важливій його частині – розробці стратегії. Порівняно високі затрати на розробку стратегії (на успішних крупних українських підприємствах середня величина питомої ваги на розробку інвестиційної стратегії складає 18% від загальної величини витрат на її впровадження [3, с. 62]) не гарантують досягнення запланованої ефективності. Це пов'язано не лише з мінливістю середовища, але й з відсутністю якісно розробленої стратегії на більшості підприємствах. Згідно з [8] на російських підприємствах стратегія переважно сформована або у вигляді декларації системи стратегічних цілей, або у формі бізнес-плану. Обидва варіанти представлення стратегії недостатньо ефективні. В першому випадку не зазначаються можливі шляхи досягнення поставлених цілей, а в другому – не враховується мінливість середовища у довгостроковому періоді.

У зв'язку з вище сказаним постає питання про достатню забезпеченість підприємств потрібними науково обґрунтованими методами перспективного управління та про необхідність розробки дієвих механізмів формування тієї чи іншої стратегії. Останнє питання зокрема нині залишається дискусійним [7], що й обумовлює актуальність даної статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегія розвитку підприємства, як правило, вимагає здійснення інвестицій, що, на нашу думку, дозволяє назвати інвестиційну стратегію стрижневою функціональною стратегією підприємства, власне якій і присвячене дане дослідження.

Питанням, пов'язаним з формуванням інвестиційної стратегії, приділяли увагу такі відомі нам науковці: М.М. Мартиненко та Ігнат'єва І.А. [4], Н.А. Хрущ [7], І.О. Бланк [1], В.Г. Федоренко [6], С.А. Єрохін та інші [5].

У роботі [4] процес обґрунтування інвестиційної стратегії складається з чотирьох етапів. Серед них: виявлення потенційних проектів інвестування; визначення витрат і вигод, пов'язаних з реалізацією проекту; оцінювання

запропонованих проектів; складання бюджету інвестиційного проекту. На нашу думку, ці етапи характеризують тільки процес відбору та обґрунтування інвестиційних проектів, а не інвестиційної стратегії.

У роботах [1, 6] представлені подібні основні етапи формування інвестиційної стратегії, які полягають у проведенні аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства, визначенні стратегічних цілей інвестиційної діяльності та способів формування необхідних ресурсів, виборі стратегічних альтернатив інвестиційної діяльності (інвестиційних проектів), розробці відповідних організаційно-економічних заходів та оцінці результативності розробленої стратегії. При цьому управління інвестиціями зводиться до оперативного управління інвестиційними проектами.

Такий підхід дозволяє дібрати інвестиційні проекти у програму та реалізувати їх, але не дає уявлення про стратегічні дії у випадку виникнення непередбачуваних обставин, що може спричинити недоречність розробленої стратегії навіть на момент її впровадження.

У роботі [5] автор пропонує розглядати функціональні стратегії не у «площинному» просторі, а у «багатовимірному», пов'язуючи дві функціональні стратегії і відповідно у своїй роботі представляє інноваційно-інвестиційну складову такого простору. Відображення у формуванні інвестиційної стратегії її зв'язку з однією з функціональних стратегій недостатньо для визначення ролі кожного відділу у цьому процесі. Згідно з [8], з яким варто погодитись, розроблена стратегія повинна дозволити встановити чіткі цілі для кожного підрозділу і постійно враховувати вплив змін зовнішніх факторів на діяльність підприємства у довгостроковому періоді, що не простежується у згаданих роботах.

У [7] представлено загальний організаційно-економічний механізм формування інвестиційної стратегії, який описує основні етапи обґрунтування можливостей та доцільності реалізації даної стратегії, схожий за своєю сутністю на основні етапи у [1, 6]. Також представлений механізм адаптації інвестиційної стратегії компанії до конкурентного інвестиційного середовища з

виділенням макросередовища науково-технічних досягнень, що відображає інноваційну складову інвестиційної стратегії. Цей механізм відображає зміни у розробленій стратегії під впливом появи нових можливостей шляхом оцінки фінансової та матеріальної спроможності підприємства адаптуватись до нових вимог середовища. Представлений механізм адаптації можна розглядати як такий у динаміці, проте автор, розглядаючи інвестиційну стратегію як функціональну, не показав її місце у стратегічному наборі підприємства.

У відомих нам розглянутих роботах автори розглядають процес формування інвестиційної стратегії, як правило, у статичній [4, 1, 6, 5] та не відображають її взаємозв'язок з усіма іншими функціональними стратегіями, які безпосередньо впливають на її розробку та впровадження.

Формування цілей статті. Інвестиційна стратегія як одна з функціональних стратегій взаємопов'язана з іншими елементами стратегічного вибору підприємства. Розуміння взаємозв'язку між функціональними стратегіями дозволяє більш ефективно будувати процес розробки та реалізації інвестиційної стратегії, а тому потребує його відображення у процесі її формування. Відповідно, метою даного дослідження є розробка процесу формування інвестиційної стратегії підприємств харчової промисловості з урахуванням її взаємозв'язку з іншими функціональними стратегіями і впливу чинників зовнішнього середовища.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: розглянути основні вимоги до розробленої стратегії; визначити функціональні стратегії, від яких залежить результативність впровадження інвестицій у довгостроковому періоді; представити процес формування інвестиційної стратегії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування інвестиційної стратегії ґрунтується на принципах та підходах стратегічного управління. У процесі розробки даної стратегії увагу слід акцентувати не тільки на характеристиці окремих заходів, але в більшій мірі на визначенні послідовності кроків, обумовлених логічними і причинно-наслідковими зв'язками між ними.

Розроблена інвестиційна стратегія повинна забезпечити можливість реалізації загальних цілей підприємства, дозволити активно маневрувати інвестиційними ресурсами та швидко реалізовувати нові перспективні інвестиційні можливості, що виникають у зв'язку з розвитком НТП. Для досягнення встановлених стратегічних цілей інвестиційної діяльності та створення конкурентних переваг інвестиційна стратегія повинна бути узгоджена з іншими функціональними стратегіями, максимально використовувати внутрішній інвестиційний потенціал, враховувати заздалегідь можливі події розвитку факторів середовища функціонування підприємства, сформулювати значення основних критеріальних показників вибору інвестиційних проектів [1].

Для усунення деструктивного впливу чинників зовнішнього середовища необхідно проводити зміни у стратегічних цілях, коригувати стратегію з метою її узгодження з поточною діяльністю підприємства (принцип корегування), що й вимагає розгляду інвестиційної стратегії як процесу. При цьому варто зауважити, що перехід до нової скорегованої стратегії відбувається паралельно реалізації діючої (принцип спадковості) [4].

Визначимо місце інвестиційної стратегії у стратегічному наборі підприємств харчової промисловості. Як відомо, ієрархія стратегій підприємства складається з корпоративної, ділової (конкурентної) та функціональних стратегій. Під корпоративною стратегією розуміють головну (загальну) стратегію, яку розробляє підприємство, що веде свою бізнесову діяльність на різних ринках з диверсифікованою продукцією [4, с. 142]. На одногалузевому підприємстві корпоративна стратегія відсутня [2]. Загалом же її можна описати декількома конкурентними стратегіями. Остання визначає яким чином підприємство буде вести конкурентну боротьбу на тому чи іншому ринку і від її вибору залежить характер інвестиційної стратегії та рівень участі підприємства в інноваційному процесі. Тому, представляючи стратегії підприємств харчової промисловості (рис. 1), ми відобразили лише функціональні та ділову стратегії.

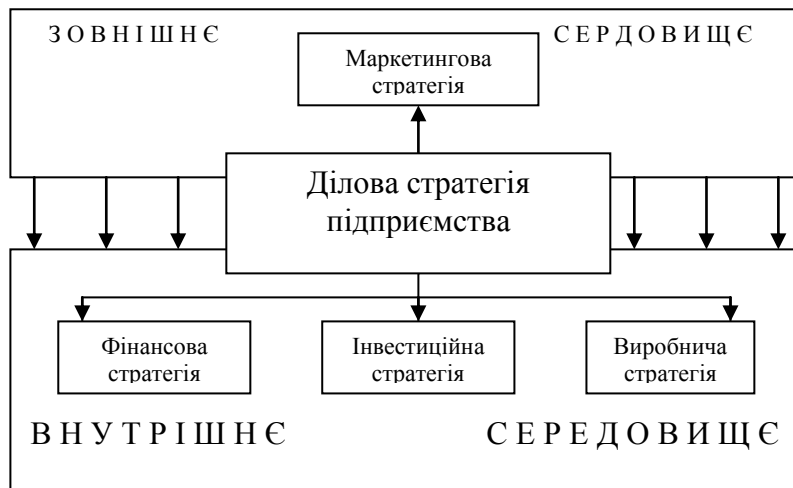


Рис. 1. Ієрархічна структура основних функціональних стратегій підприємств харчової

Будь-яку ділову стратегію можна описати функціональними стратегіями. Оскільки у сучасній науковій літературі відсутній єдиний перелік цих стратегій, то необхідно

конкретизувати набір функціональних стратегій для підприємств харчової промисловості.

До основних функціональних стратегій, які розглядають автори, можна віднести інноваційну чи інвестиційну, фінансову, виробничу, маркетингову та кадрову. На нашу думку, всі функціональні стратегії залежно від їх спрямованості можна поділити на:

- ті, що орієнтовані на розвиток об'єктів зовнішнього середовища (маркетингова стратегія);
- ті, що орієнтовані на розвиток об'єктів внутрішнього середовища (фінансова та виробнича стратегії).

Зауважимо, що інвестиційну стратегію у стратегічному наборі підприємства не завжди виділяють. У роботі [1] визначені такі умови актуальності розробки даної стратегії: інтенсивність змін факторів зовнішнього інвестиційного середовища, перехід до нової стадії життєвого циклу та кардинальні зміни цілей операційної діяльності підприємства, пов'язані з появою нових комерційних можливостей. На нашу думку, крім вище перерахованих умов, доцільність виділення інвестиційної стратегії у стратегічному наборі підприємства та її розробка обумовлені важливістю інвестиційної складової у забезпеченні ефективного розвитку підприємства та

високим рівнем ризику здійснення інвестиційних витрат, що і потребує прискіпливої уваги до управління ними, особливо в кризових умовах функціонування економіки. Звичайно, здійснювані інвестиції повинні мати інноваційний характер, тобто кошти слід вкладати в інновації, що забезпечить вирішення існуючих соціально-економічних завдань даного підприємства. Виділення інвестиційної стратегії, а не інноваційної на підприємствах харчової промисловості, з нашого погляду доцільно, оскільки на даних підприємствах інновації складають близько двох відсотків від загальної суми інвестицій. Крім того, будь-який інноваційний проект потребує інвестицій, а тому його можна розглядати як інвестиційний, як частину інвестиційної стратегії.

Стратегічні інвестиційні цілі визначаються під впливом потреб виробництва як основної діяльності підприємств харчової промисловості, що й вимагає від керівників здійснення реальних інвестицій з метою забезпечення ефективного розвитку підприємств. Відповідно, виокремлення виробничої стратегії у стратегічному наборі підприємства обов'язкове, як і її узгодження з маркетинговою стратегією. Остання орієнтує всі інші функціональні стратегії на ринкові цінності, характеризує ринок і продукт та сприяє врівноваженню обсягів виробництва та реалізації продукції. В свою чергу, обсяги реалізації виробленої продукції впливають на здатність підприємства окупувати понесені інвестиційні витрати, що й потребує узгодження стратегічних цілей виробничої та інвестиційної діяльності.

Формування інвестиційної стратегії та обсяги інвестиційних витрат в значній мірі залежать від спроможності підприємства їх фінансувати: чи є необхідні фінансові ресурси у власності підприємства, чи здатне воно залучати їх зовні при потребі. Вирішення цих питань у результаті вимагає узгодження стратегічних цілей інвестиційної та фінансової діяльності, до того ж прийняті рішення впливають на альтернативність вибору інвестиційних проектів та ефективність їх реалізації.

Забезпечити якісну розробку та реалізацію інвестиційної стратегії – функція кваліфікованої команди спеціалістів. Проте, ми не виділяємо кадрову

стратегію у процесі формування інвестиційної стратегії, оскільки вважаємо, що витрати понесені на розвиток персоналу можна розглядати як інвестиційні (досягається соціальний ефект), а опір процесу впровадження стратегії як її кадрове забезпечення може бути врахований у процесі розробки заходів з її реалізації і розглядатись як частина управлінського процесу.

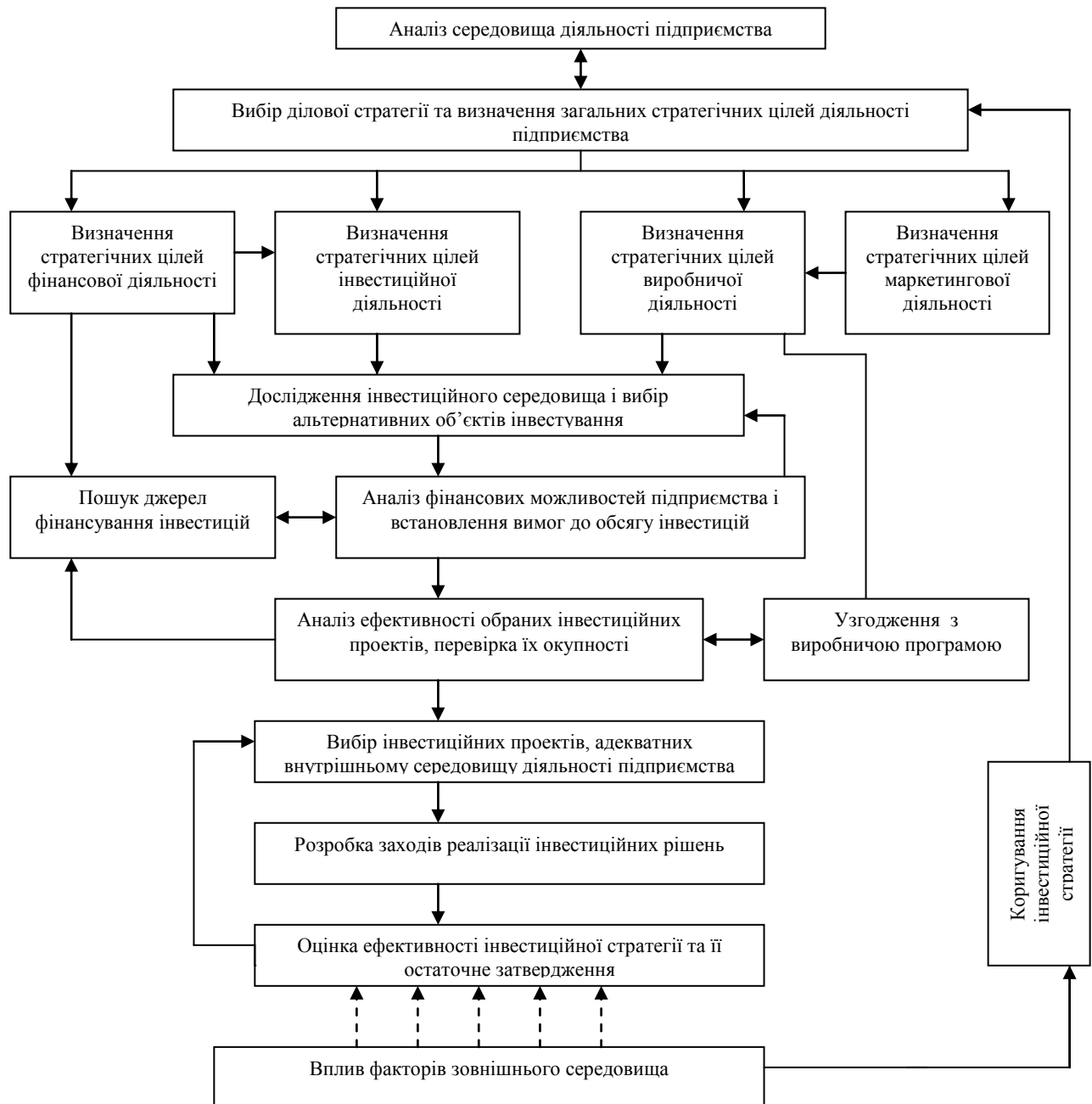


Рис. 2. Процес формування інвестиційної стратегії з урахуванням її взаємозв'язку з іншими функціональними стратегіями

Вище описані вимоги до розробленої інвестиційної стратегії та виокремленні функціональні стратегії були враховані при побудові процесу

формування інвестиційної стратегії – рис. 2., який на нашу думку сприяє встановленню чітких завдань та відповідальності для кожного з підрозділів, що безпосередньо повинні приймати участь у процесі управління інвестиційною стратегією.

У випадку, якщо стратегію було розроблено зовнішньою по відношенню до підприємства організацією з комерційною метою, то така інвестиційна стратегія

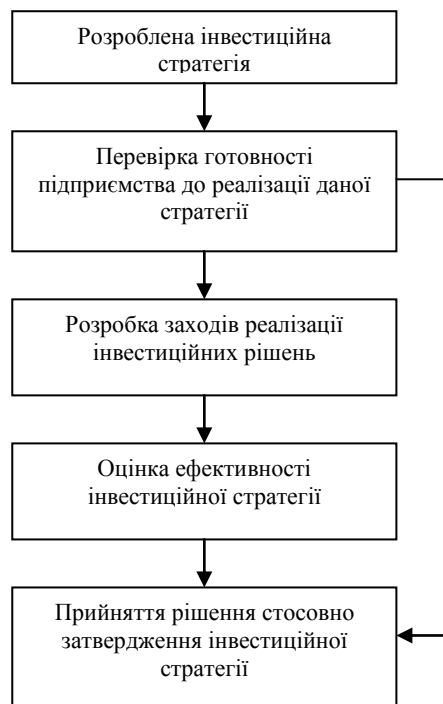


Рис. 3. Процес перевірки відповідності розробленої зовнішніми організаціями інвестиційної стратегії даному підприємству

фінансову, маркетингову.

Нами вперше було представлено процес формування інвестиційної стратегії підприємств харчової промисловості з відображенням її взаємозв'язку з основними функціональними стратегіями та постійного впливу мінливості зовнішнього середовища.

потребує визначення її відповідності даному підприємству як бази для реалізації (рис. 3). Така ситуація можлива у разі відсутності належної кваліфікації персоналу, відсутності у нього відповідного досвіду, на етапі значних змін для підприємства.

Висновки. Розроблена інвестиційна стратегія повинна відповідати вимогам стратегічного управління та бути адекватною навколишньому середовищу підприємства, сприяти його розвитку і забезпеченню його конкурентних переваг.

Серед основних функціональних стратегій, які мають найбільший вплив на здійснення інвестицій у довгостроковій перспективі нами було виокремлено і враховано в подальшому такі: виробничу,

Список літератури.

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. – К.: Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 448 с.
2. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством. Навчальний посібник. – Вид. 2-ге, виправл. і доп. За ред. Василенка В.О. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 400 с.
3. Козаченко А.В., Ляшенко А.Н., Ладыко И.Ю. и др. Управление крупным предприятием. Монография. – К.: Либра, 2006. – 384с.
4. Мартиненко М.М., Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент: Підручник. – К.: Каравела, 2006. – 320 с.
5. Управління інноваційною діяльністю в економіці України: Колективна наукова монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. С.А. Єрохін. – К.: національна академія управління, 2008. – 116 с.
6. Федоренко В.Г. Інвестиційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: МАУП, 1999. – 184 с.
7. Хрущ Н.А. Стратегії компанії: механізми формування й адаптації в сучасному інвестиційному середовищі // Фінанси України. – 2008. – №8. – С. 45-52.
8. Шустерняк Д. Инвестиционная привлекательность без прикрас // БОСС. – 2006. – №8. – С. 72-75.