

РОЗДІЛ 4

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

А.В. Андрейченко, Д.В. Завертаний

Трансформаційні процеси, що відбуваються в економіці України викликають необхідність формування принципово нових підходів у діяльності хлібопекарських підприємств, оскільки нагальною стає потреба більш ефективного їх розвитку. Для підвищення ефективності підприємств хлібопекарської галузі необхідно не тільки оптимізувати транспортні та енергетичні витрати, але й розробити ефективну стратегію ціноутворення на продукцію. Потрібно зазначити необхідність запуску сучасних технологічних виробничих ліній, які зроблять можливим зниження собівартості готової продукції. Слід звернути увагу на те, що хлібопекарські підприємства функціонують в умовах жорсткого державного регулювання, що є суттєвим чинником при формуванні систем ефективної діяльності [1].

Незважаючи на те, що хлібопекарська галузь є однією з найбільш динамічних та інвестиційно привабливих галузей харчової промисловості України, багато підприємств не витримують конкуренції, втрачають свою частку ринку, практично не інвестують у модернізацію та

оновлення обладнання. Потрібно відмітити наявність тіньового сектору, внаслідок якого виробничі потужності підприємств не використовуються на оптимальному рівні, що знижує ефективність підприємства і галузі у цілому. Тому державою повинна бути розроблена та впроваджена збалансована стратегія розвитку хлібопекарської галузі України, для узгодження економічних інтересів не тільки підприємств-виробників, а й інтересів споживачів і суспільства в цілому.

Питання розвитку хлібопекарської галузі України постійно досліджували в своїх працях вітчизняні й зарубіжні науковці, такі як О. Васильченко, О. Опря, М. Перелигін, М. Нетяжук, В. Дробот, О. Шубравська, М. Білоусова та ін. Окремо потрібно відмітити праці Л. Карнаушенка, Ю. Труші, С. Петрухи, М. Сичевського, Л. Чернелєвського, сферою досліджень яких є стан виробничо-господарської діяльності хлібопекарських підприємств України.

Водночас у сучасній науковій літературі відсутній комплексний підхід до вирішення проблем галузі хлібопекарства, удосконалення політики державного її регулювання, інтенсифікації розвитку промислових хлібопекарських підприємств у депресивних регіонах. Також, потрібно зазначити, що на сьогоднішній день ще недостатньо розкриті питання ефективності функціонування хлібопекарських підприємств на регіональному рівні та напрями підвищення ефективності виробництва хліба і хлібобулочних виробів у нових ринкових умовах господарювання. Важливість подолання економічної кризи на підприємствах хлібопекарської промисловості потребує розроблення комплексного підходу до її проблем і дає підстави стверджувати про необхідність проведення постійного моніторингу й аналізу діяльності підприємств досліджуємої галузі для отримання найбільш повної інформації про реальний стан справ і використання її для розроблення заходів з удосконалення управління цими підприємствами.

Хліб та хлібобулочні вироби – це продукти повсякденного вжитку, які для пересічного споживача мають дуже велике значення. Це зумовлено національними особливостями України та рівнем добробуту населення.

Хлібопекарська промисловість є важливою складовою продовольчого комплексу України, яка виробляє 6,9% продукції харчової промисловості. На діяльність підприємств хлібопекарської галузі впливають чинники зовнішнього середовища: споживчий ринок, активна конкуренція, платоспроможність населення, традиції споживання у регіонах. Внутрішнє середовище характеризується частковим оновленням технологій та модернізацією устаткування, позитивними тенденціями в оновленні продукції, що пропонується ринку. Вагомий чинник – ефективність використання трудових ресурсів. Значний вплив справляє політична та економічна ситуація в державі, зокрема на інвестиційну та інноваційну активність підприємств.

Особливістю хлібопекарської галузі України є те, що вона представлена широкою мережею вітчизняних хлібозаводів і пекарень, що забезпечують хлібом населення. В Україні зареєстровано 1747 підприємств з виробництва хлібобулочних виробів. Близько 80% продукції хлібопекарської галузі виробляється великими промисловими підприємствами. Решта продукції виробляється міні-пекарнями та пекарнями при супермаркетах. Останні дуже активно розвиваються в останні роки. Потрібно, також, відзначити наявність власної сировинної бази, що може слугувати конкурентною перевагою для хлібопекарської галузі України. В Україні працює близько 600 борошномельних підприємств, але більшість з них не завантажено. Особливо зараз, коли виробництво борошна поступово падає [2].

За даними Державної служби статистики, вітчизняні борошномельні підприємства у 2017 році справили 1,94 млн. тонн борошна, що на 2% менше, ніж за аналогічний період роком раніше [3].

Якщо аналізувати причини падіння внутрішнього виробництва борошна, то головної з них, на наш погляд, є зменшення населення України. Через напружену політичну ситуацію у країні, борошномельні підприємства втратили такі ринки збуту як АР Крим та окремі райони Донецької та Луганської області.

Більш того, чисельність населення України на 1 січня 2018 року скоротилася до 42,4 млн осіб, що на 198,1 тис осіб менше показника на аналогічну дату минулого року [4].

На рис. 1. представлена динаміка випуску борошна в Україні. Як видно з наведених даних найбільший обсяг випуску борошна спостерігався у 2008 р. (3030 тис. т.) [5].

Можна прогнозувати, що обсяг випуску борошна стабілізується у 2018 р., так як у грудні 2017 р. він склав 162 тис. т, що на 11,6% більше показника 2016 р. і на 11,2% більше ніж обсяг виробництва листопада 2017 р. [3].

Місткість ринку хліба в Україні складає приблизно 4-4,5 млн. т. на рік. Проте, за даними Державної служби статистики України, станом на 2017 р. випікається його вдвічі менше (рис. 2).

Як видно з наведених даних, порівняно з 2007 р., у 2017 р. обсяги виробництва знизились на 48% або 985 тис. т. Обсяг виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні у 2017 році склав 1 049 тис. т., що на 6,9% менше, ніж за аналогічний період роком раніше [6].

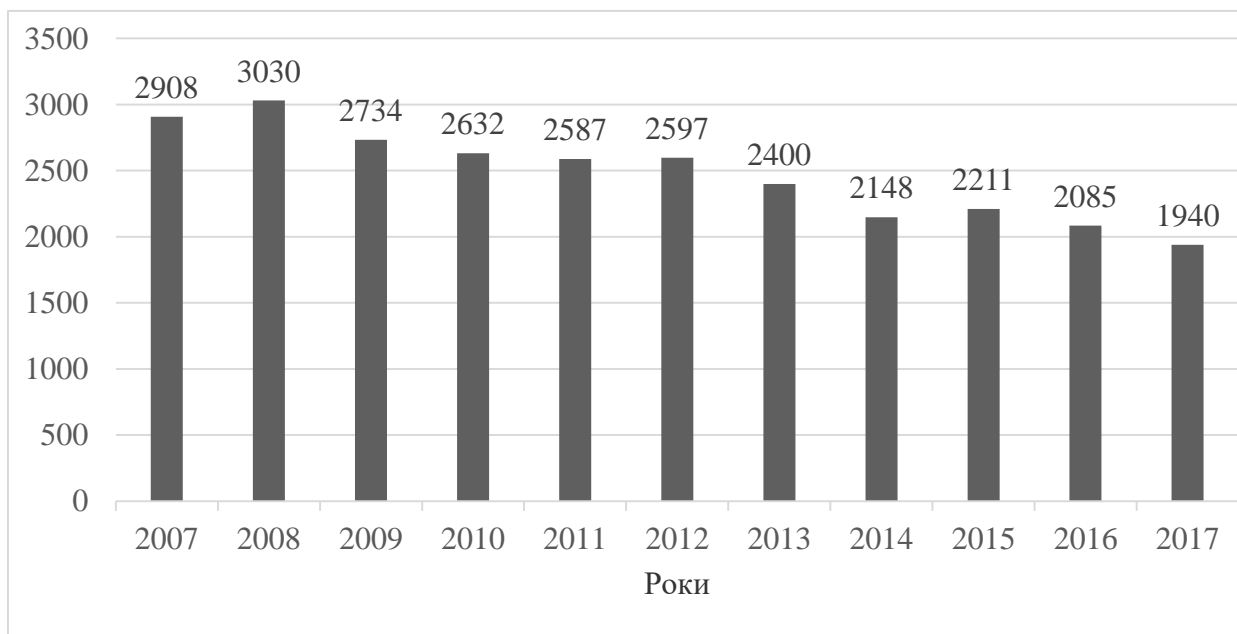


Рис. 1. Динаміка виробництва борошна в Україні за 2007–2017 рр., тис. т.

Джерело: розроблено авторами на основі [5]

Можна виділити наступні чинники, які, на нашу думку, вплинули на зниження обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні:

1. Вартісний. У 1990-х рр. виробництво хліба було дотаційним. Зі зниженням рівня дотацій із державного бюджету, багато підприємств зіткнулись із неефективною організацією виробництва, яка вилилась у надмірну собівартість продукції. Як наслідок, рівень виробництва знизився.

2. Технічний. Сучасний стан технічного обладнання та виробничих ліній на підприємствах хлібопекарської галузі є катастрофічним, адже ступінь зносу складає від 60% до 70%.

3. Демографічний. Втрата таких ринків збуту як АР Крим та окремі райони Донецької та Луганської області, у купі зі зниженням чисельності населення України, природньо позначилось на ринку хліба та хлібобулочних виробів.

4. Етнічно-культурний. У багатьох регіонах України, зокрема на Західній Україні громадяни віддають перевагу домашній випічці або продукції виробленій невеликими приватними підприємствами, що у свою чергу приводить до зміни культури споживання хліба.

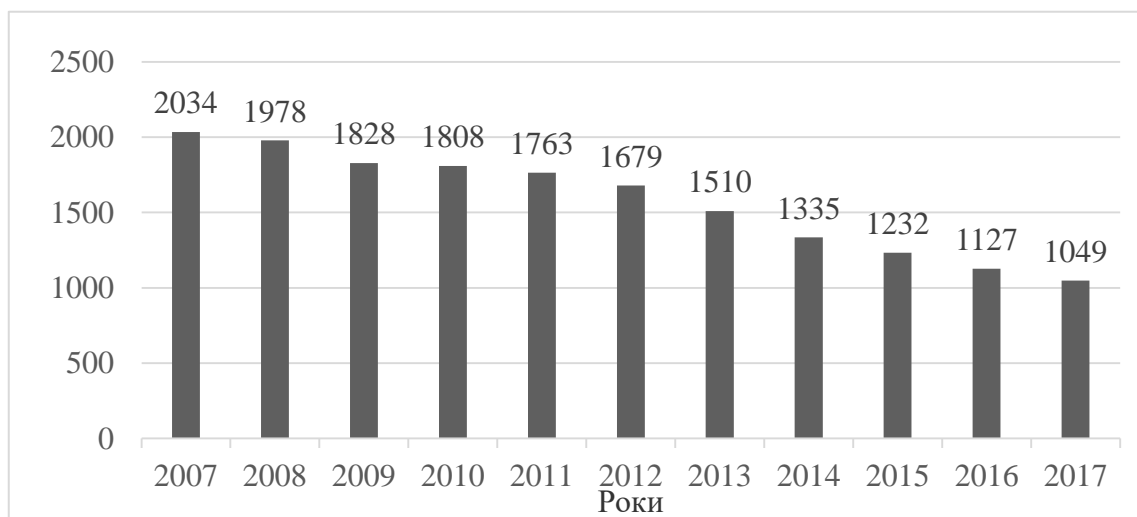


Рис. 2. Динаміка виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні за 2007–2017 рр., тис. т.

Джерело: розроблено авторами на основі [5]

5. Структурний. Порівняно із 2010 р. у 2017 р. структура ринку хлібу та хлібобулочних виробів перетерпіла значних змін, зокрема експерти та аналітики констатують збільшення тіньової частки ринку хлібу та хлібобулочних виробів. Станом на жовтень 2017 р. за оцінками експертів, у тіні перебувало до 60% ринку хлібобулочних виробів [7].

6. Споживчий. В останні роки спостерігається розвиток сегменту заморожених хлібних напівфабрикатів. Зокрема, потрібно відзначити ріст попиту на заморожену випічку з боку HoReCa та супермаркетів.

На нашу думку, вплив економічних факторів на ціну хліба та хлібобулочних виробів буде ще більш відчутним у 2018 р., у зв'язку із недостатнім відновленням економіки країни.

Загалом у сучасній скрутній ситуації тільки у 2017 р. ціни на хліб та хлібобулочні вироби зросли на 20% у порівнянні із аналогічним періодом 2016 р. [5].

Аналізуючи стан хлібопекарської галузі України, потрібно також проаналізувати структуру собівартості готової продукції. Як видно з рис. 5, вартість сировини, матеріалів та енергії складає близько 62% собівартості готової продукції.

До того ж, з березня 2018 р., встановлено нові ціни для промислових споживачів природного газу – 7 352 грн за 1000 м³. Для порівняння, можемо навести наступний приклад: у 2015 р., відповідно до постанови № 2229 «Про встановлення граничного рівня ціни на природний газ для промислових споживачів та інших суб'єктів господарювання» Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг (НКРЕКП) було встановлено граничний (максимальний) рівень ціни на природний газ, що реалізується промисловим споживачам та іншим суб'єктам господарювання – 6 600,00 грн. за 1000 м³. Отже, у 2018 р. ціна зросла на 23%, у порівнянні із 2015 р.

Зазначений фактор має суттєвий вплив на формування собівартості готових виробів.

Таким чином, новий граничний (максимальний) рівень ціни на природний газ збільшує собівартість виробництва 1 кг хліба на 0,08 грн.

Як наслідок, дрібні виробники були вимушені вийти з ринку, або піти «у тінь», однак великі підприємства (наприклад, ПАТ «Холдингова компанія «Хлібні інвестиції») збільшили обсяги виробництва на 4-7% [8].

Більш того, у лютому 2016 р. ПАТ «Холдингова компанія «Хлібні інвестиції» запустила новий завод з виробництва хліба, а також дві нові лінії з виробництва батонів потужністю до 25 т. продукції на добу. Загальний обсяг інвестицій складе близько 12 млн. долл. США [9].

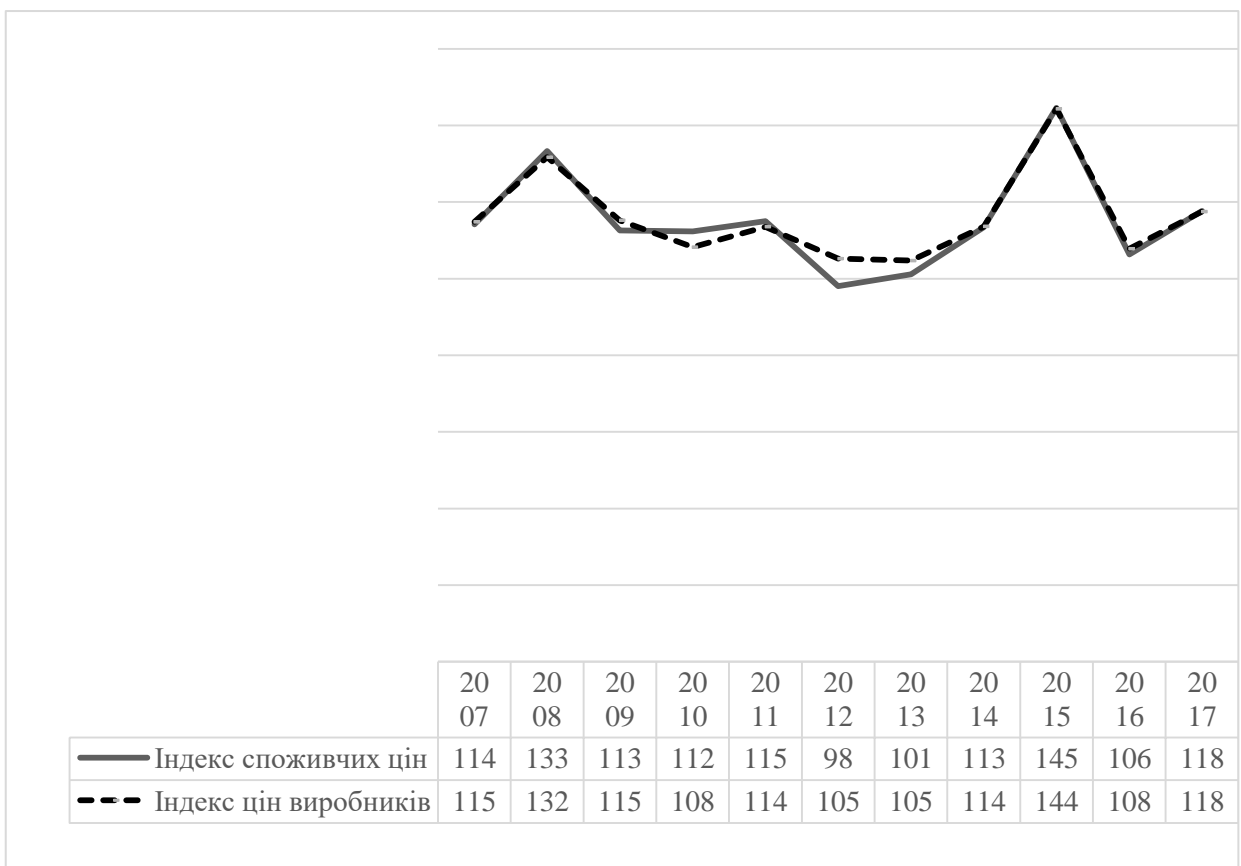


Рис. 4. Динаміка індексу споживчих цін та індексу цін виробників на хліб та хлібобулочні вироби в Україні за 2007–2017 рр.

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

На нашу думку, жорстке регулювання ринку хліба України державою стало причиною незацікавленості іноземних інвесторів у розвитку цього ринку: сьогодні в Україні практично немає хлібо заводів з іноземними інвестиціями. Хоча у тому, що стосується крупних підприємств, то в деяких зустрічається іноземний капітал, але зовсім у незначній мірі. Значна частина заводів не можуть собі дозволити впроваджувати на виробництві якісні передові технології, тому що це відразу ж позначиться на збільшенні собівартості хліба, і за умов обмеженої рентабельності виявиться просто не вигідним.

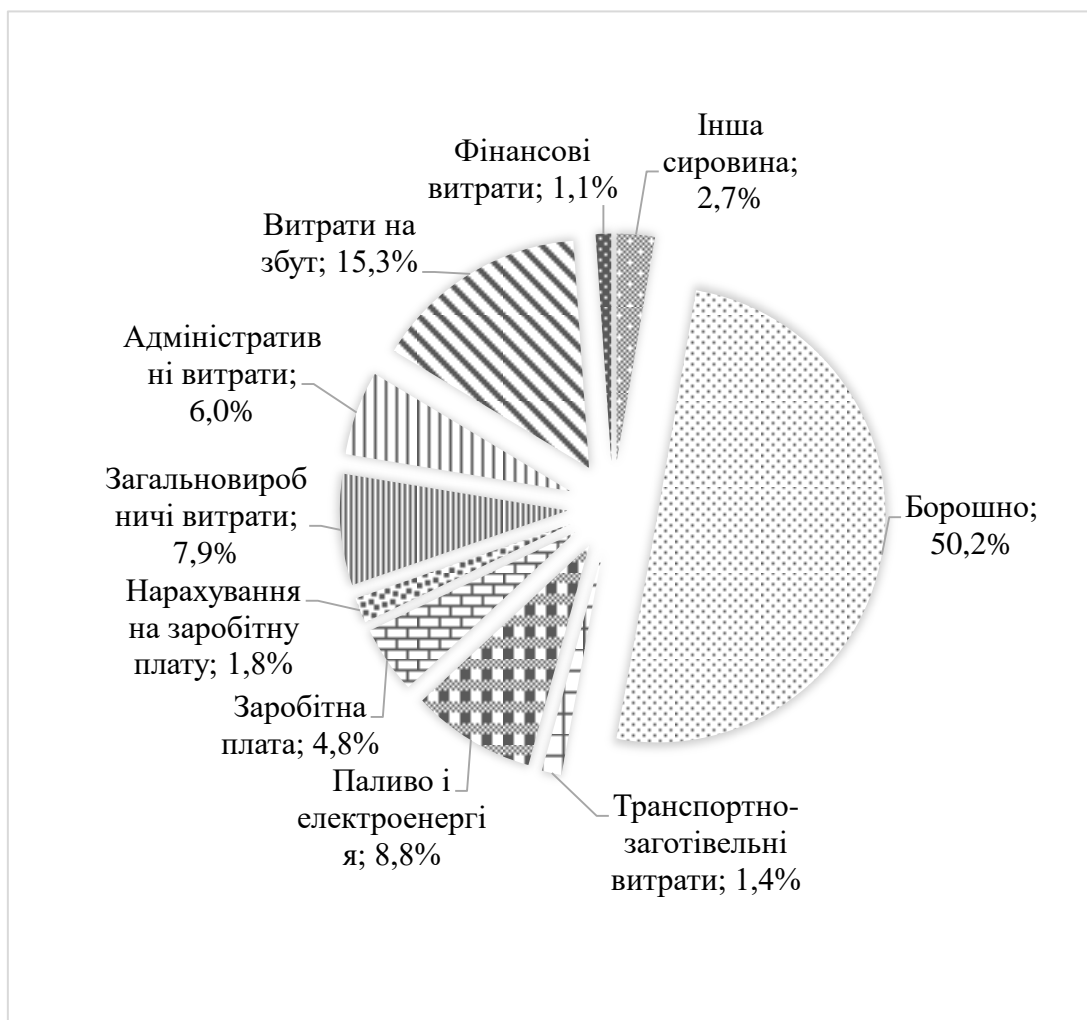


Рис. 5. Структура собівартості випічки хліба простої рецептури у 2017 р.

Джерело: розроблено авторами на основі [1; 5]

Для більш детального опису впливу зовнішніх чинників на формування собівартості виробництва хліба та хлібобулочних виробів, потрібно дослідити процеси, що відбуваються на ринку агропромислового комплексу України. Аналіз тенденцій розвитку цього ринку, чинників впливу, причинно-наслідкових зв'язків і наслідків змін, що відбуваються, дає підстави сформулювати чітке уявлення щодо його кон'юнктури, а також визначити пріоритетні стратегічні напрями подальшого розвитку.

Провідну роль у комплексних дослідженнях ринку АПК слід відвести детальному аналізу кон'юнктури, що визначає кількісні параметри розвитку й загальну якісну характеристику стану ринку. Сьогодні, категорія «кон'юнктура ринку» немає єдиного однозначного визначення. Представники наукових шкіл висловлюють різні погляди на предмет, методи і цілі кон'юнктурних досліджень.

Питання формування системи оцінки кон'юнктури, її інфраструктурного забезпечення, а також аналіз кон'юнктури АПК освітлювалось у дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців: В. Андрійчука, О. Варченко, М. Губи, А. Діброви, С. Дусановського, Г. Калетніка, С. Кваші, Ю. Кирилова, М. Корецького, М. Латиніна, Ю. Лопатинського, Ф. Лассаля, Ф. Шульца-Деліча, А. Шеффле, А. Вагнера, В. Зомбарта, В. Репке, С. Первушина, В. Громана, М. Кондратьєва та ін.

Ці наукові дослідження є не тільки фундаментом моніторингу та оцінки функціонування кон'юнктури агропродовольчого ринку, а й роблять істотний внесок у розвиток теоретичних основ та розробку заходів, направлених на реалізацію стратегічних ініціатив з управління кон'юнктурою ринку.

Притаманна ринковому господарству багатогранна характеристика мінливих умов, у яких відбувається відтворювальний процес, зумовлює необхідність постійних досліджень цих змін у поточному періоді й оцінки їх у майбутньому. Для проведення аналізу кон'юнктури АПК України, доцільно визначити необхідний понятійний апарат та охарактеризувати специфічні його особливості [10, с. 6].

Ринок та кон'юнктура є базовими економічними категоріями. Однак серед економістів немає єдиного розуміння сутності цих категорій.

В сучасних реаліях ринок повинен бути об'єктом постійного спостереження. Але, самі по собі ринкові дослідження не мають ніякої цінності, якщо вони не пов'язані із прийняттям управлінських рішень. Тому результатом таких досліджень є інформація, яка несе відповідь на питання, що цікавить суб'єктів ринку.

Нині в науковій літературі можна спостерігати безліч трактувань поняття «ринок», котре з розвитком суспільства змінювалося. Наведемо деякі з них:

– ринок – це будь-яка взаємодія, в яку вступають люди для торгівлі один з одним [11, с. 19];

– ринок – це сукупність відносин (актів) купівлі-продажу товарів і послуг; спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінових сигналів. Він є механізмом розподілу товарів і послуг між членами суспільства шляхом добровільного обміну [3, с. 67];

– ринок – це тісний взаємозв'язок і взаємодія багатьох людей, домашніх господарств, підприємств, галузей і видів виробництва, їхні ринкові зв'язки створюють єдине ціле, а тому ринкова економіка належить до типу органічних систем [13, с. 5];

– ринок – це складний механізм руху благ і послуг в формі товарів та грошей в рамках суспільного відтворення на всіх рівнях економічної системи суспільства [14, с. 28].

За ступенем організації ринкової інфраструктури ринки розділяються на організовані й неорганізовані. До організованих ринків варто віднести біржову й банківську системи, товарні ярмарки, систему науково-технічних послуг і т.п. Неорганізовані ринки функціонують в основному за допомогою прямих зв'язків контрагентів ринку [15, с. 71].

Головною особливістю організованих ринків, з погляду вивчення кон'юнктури, є наявність певної інформації про характер попиту та пропозиції. Наприклад, на товарно-сировинних і фондових біржах

інформація про складну кон'юнктуру є більше повної, чим про позабіржовий ринок за рахунок сформованої системи обліку біржових угод. Біржі публікують інформацію про торги й дають певний аналіз кон'юнктури на основі індексів.

З іншого боку, повна інформація про напрямок ринкової кон'юнктури дає можливість більше швидкого реагування на її зміни, що, у свою чергу, робить кон'юнктуру більше нестійкої стосовно середніх величин. Разом з тим, біржові коливання мають меншу дисперсію коливань. Неорганізовані ринки в меншому ступені піддаються різким коливанням кон'юнктури, однак розкид показників кон'юнктури більше значний, чим на організованому ринку.

Класифікація ринків залежно від функціонального призначення товарів розглядається взаємозв'язком товарних ринків, ринків факторів виробництва та ринків послуг.

У свою чергу, кон'юнктура як економічне поняття – це процес капіталістичного відтворення в конкретних історичних умовах у всій його сукупності та ринковому прояві. Вона являє собою сформовану на ринку економічну ситуацію, що характеризує співвідношення між попитом і пропозицією, рівень цін, товарні запаси та інші економічні показники [9, с. 10].

Кон'юнктурою ринку можна вважати економічну ситуацію, яка склалася на ринку і характеризується рівнями попиту та пропозиції, ринкової активності, цінами, обсягами продажу [16, с. 12].

Кон'юнктура – це стан певної економічної системи, який формується в кожний конкретний момент часу під дією об'єктивних і суб'єктивних чинників, завдяки яким створюється певна ринкова ситуація [14, с. 11].

Кон'юнктура – це найважливіші ознаки, специфічні риси, показники, які характеризують поточний і перспективний стан розвитку економіки АПК, його окремих галузей або ринку продуктів і послуг. Це поняття охоплює сукупність взаємопов'язаних умов, що визначають (зумовлюють) перехід з одного стану в інший.

З погіршення кон'юнктури у певній галузі АПК посилюються тенденції зміни видів сільськогосподарської діяльності серед фермерів або відтоку їх із галузі. Багато у чому, це викликано й умовами низької рентабельності у сільському господарстві ряду країн. Під економічною кон'юктурою слід розуміти вектор і ступінь зміни сукупності елементів економічних процесів на основі зіставлення змін їхніх окремих елементів у динамічній сукупності [14, с. 11].

Кон'юнктура являє собою сукупність економічних умов, стану речей, збігу обставин, що може впливати на перебіг і результати процесів у галузі, діяльності окремих товарних або регіональних ринках. Фактично, її можна визначити як стан економіки, що характеризується рівнем ділової активності, динамікою виробництва і споживання, рухом цін, процентних ставок, валютного курсу, кредитно-банківської діяльності, підвищення доходів, заробітної плати, дивідендів тощо [14, с. 15].

Основні принципові ознаки кон'юнктури ринку це: варіабельність, циклічність і динамічність. У зв'язку з цим суттєвого значення набуває тривалість періоду, впродовж якого доцільно досліджувати ситуацію на ринку.

Агропромисловий комплекс України належить до базових елементів економічної системи, його стан та ефективний розвиток якого безпосередньо впливає на функціонування всієї національної економіки. В агропромисловому комплексі нині працює майже 28% усіх зайнятих, і в ньому разом з харчовою промисловістю створюється понад 70% загальнодержавного фонду споживання [5].

Структура АПК України зображена на рис. 6.

Дослідження кон'юнктури агропромислового комплексу України охоплює широке коло найрізноманітніших питань виробничого, комерційного, технічного й економічного характеру, що дає змогу виявити основні напрямки господарського розвитку кожного суб'єкта ринкових відносин і ситуацію, що склалася в певний момент часу в результаті взаємодії різноманітних кон'юктуроутворюючих факторів [17, с. 6].

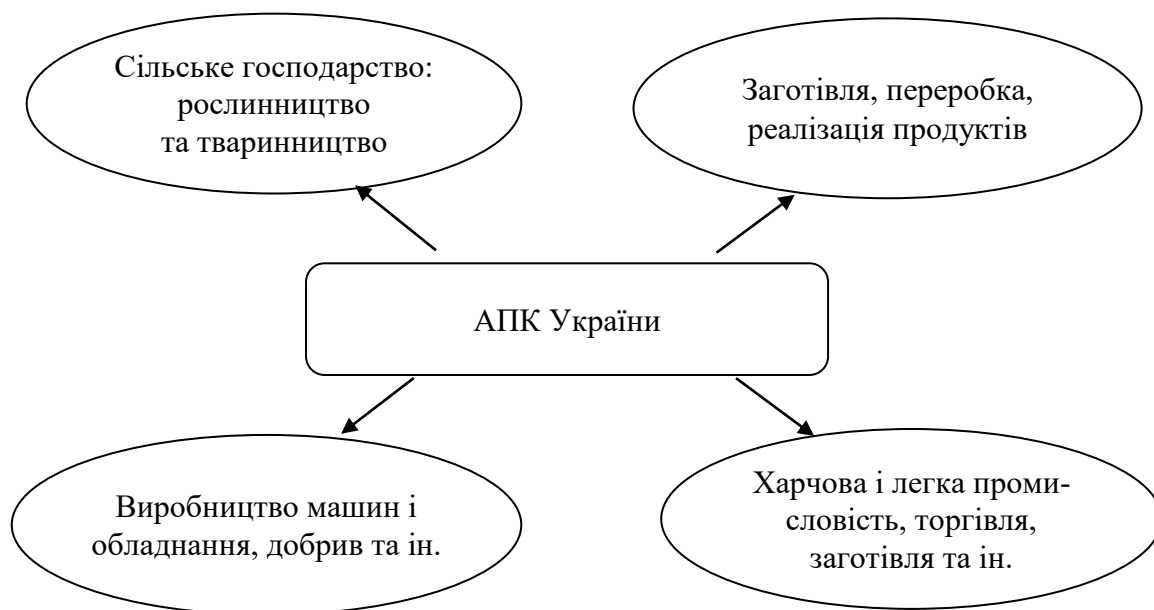


Рис. 6. Структура АПК України

За 2010 – 2017 рр. у сільськогосподарському виробництві України значно загострилися кризові явища: знизилися обсяги всієї валової продукції, погіршилося використання природних ресурсів, знизилася родючість ґрунтів, поглибився дисбаланс між галузями рослинництва і тваринництва. Зменшення поголів'я худоби досягло критичної межі при значному зниженні його продуктивності.

Майже у всіх галузях агропромислового комплексу спостерігається поступова деградація, що негативно впливає не тільки на загальний стан господарства країни, а й послаблює торговельні позиції України на світовому ринку (рис. 7, 8).

Серед основних проблем також можна виділити диспаритет закупівельних цін на продукцію сільського господарства, що сформувався під впливом випереджувального зростання цін на матеріально-технічні ресурси та послуги, що споживаються у сільському господарстві, у порівнянні з підвищенням цін на продукцію галузі. Як наслідок, рівень рентабельності підприємств агропромислового комплексу знижується та робить його непривабливим для подальшого комерційного розвитку.

За даними Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки», рівень рентабельності у рослинництві у 2017 р. знизився проти результату 2016 р. майже удвічі – до 25,3%. По зернових вона знизилась до 20,8% проти 40,1% у 2016 р. Рентабельність виробництва сої зменшилась майже удвічі – до 25,4%, а виробництва овочів відкритого ґрунту – майже утричі і становить 7,4%. Рентабельність цукрових буряків зменшилась до 6,1% проти 24,9% у 2016 р. Зростає рентабельність виробництва вівса (51,0% у 2017 р, проти 34,4% – у 2016 р., та 21,5% у 2015 р.), ягід (70,5%), хмелю (83,0%), картоплі (35,2%) та сорго (12,9%) [18]. Динаміка рівня рентабельності у рослинництві зображена на рис. 9.

Рівень рентабельності у тваринництві у 2017 р. збільшився майже удвічі проти минулорічного показника (7,7%) і становить 14,6%. Очікується, що – вперше за часів незалежності України – стане рентабельним виробництво м'яса великої рогатої худоби. За попереднім прогнозом науковців Інституту аграрної економіки, внаслідок різкого зростання цін на внутрішньому ринку його рентабельність у 2017 році може скласти 6,7% проти минулорічного показника у – 24,8%. Внаслідок прогнозованого зростання собівартості яєць на 20% при незначному зменшенні (-2,1%) ціни їх реалізації виробництво цього виду тваринницької продукції 2017 року було збитковим. Його рентабельність становила –13,2%. Це перший з 2006 року випадок збитковості виробництва яєць. Тоді його рентабельність склала – 6,8%. Зберігатиметься тенденція збільшення прибутковості виробництва м'яса птиці (без промислової переробки). Його рентабельність зросте до 17,3% – майже у 3,5 рази проти 5,0% торік.

Рентабельність м'яса свиней, виробництво якого торік було збитковим (-4,5%), 2017 року складе 13,4%, перевищивши показник 2015 року у 12,7%.

Рентабельність виробництва молока збільшиться до 20,6% проти 18,2% минулого року [18].

Динаміку рівня рентабельності у тваринництві можна побачити на рис. 10.

Таким чином, можна дійти висновку, що суттєвий вплив на рівень рентабельності справили зростання економіки та сприятлива ситуація на світовому ринку. У комплексі, це дало змогу компенсувати зростання собівартості виробництва сільськогосподарської продукції.

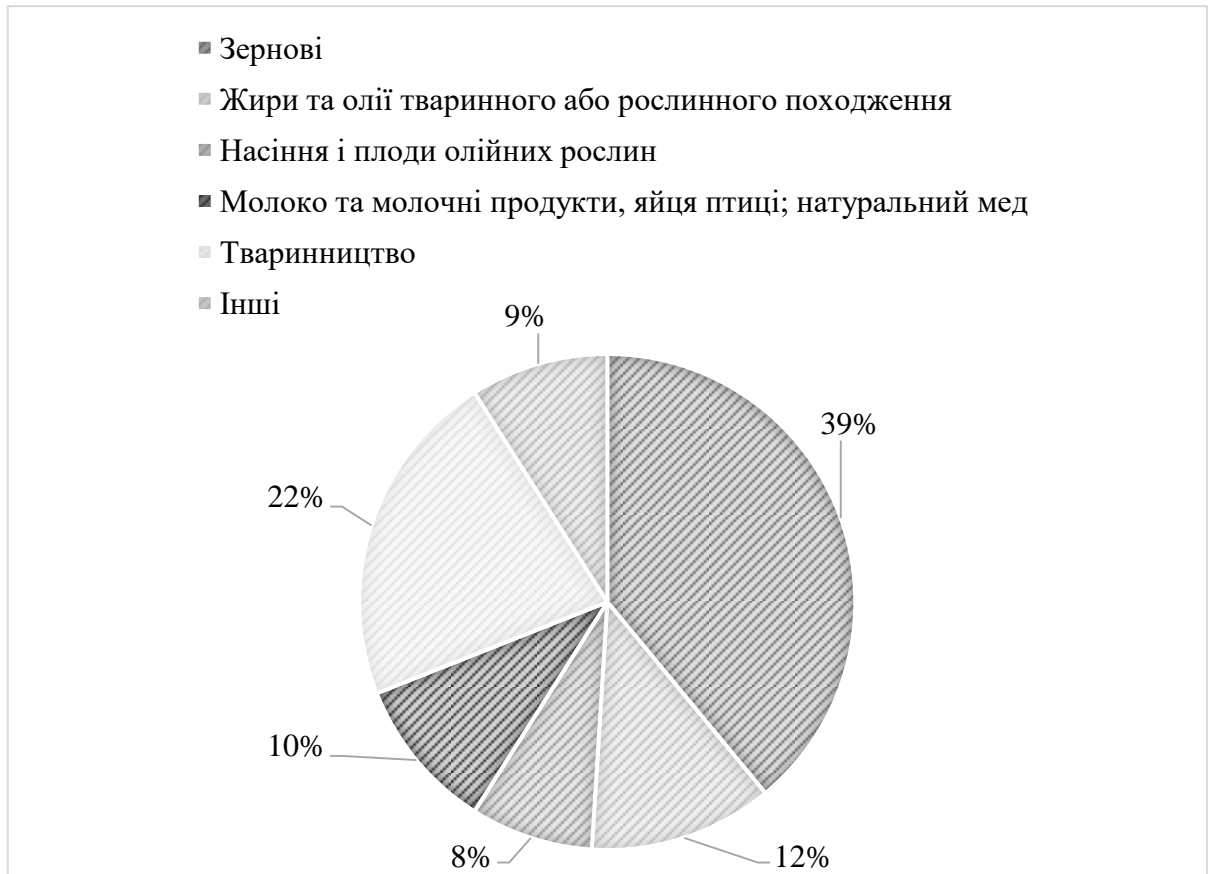


Рис. 7. Структура аграрного ринку України у 2016 р., %

Джерело: розроблено авторами на основі [5]

Відповідно до прогнозів експертів, посіви зернових у 2018 р. зростуть на 1,8 млн га, а площі під олійними – на 0,7 млн га в порівнянні з минулим роком. Проте зростання площ є тільки одним з основних факторів формування врожаю у 2018 р., величина якого буде значною мірою залежати від погодних та економічних умов зими і весни. Беручи до уваги прогнозовані розміри площ і врожай-

ність, оптимістичний прогноз врожаю ярих зернових культур у 2018 р. знаходиться на рівні 35 млн. тонн, а песимістичний – 26,9 млн тонн. Що стосується олійних культур, то у випадку виправдання оптимістичного прогнозу урожай складе 17 млн. тонн. При цьому навіть у разі виправдання песимістичного прогнозу, розмір врожаю у 2018 р. буде не нижчим, ніж у 2017 р [19].

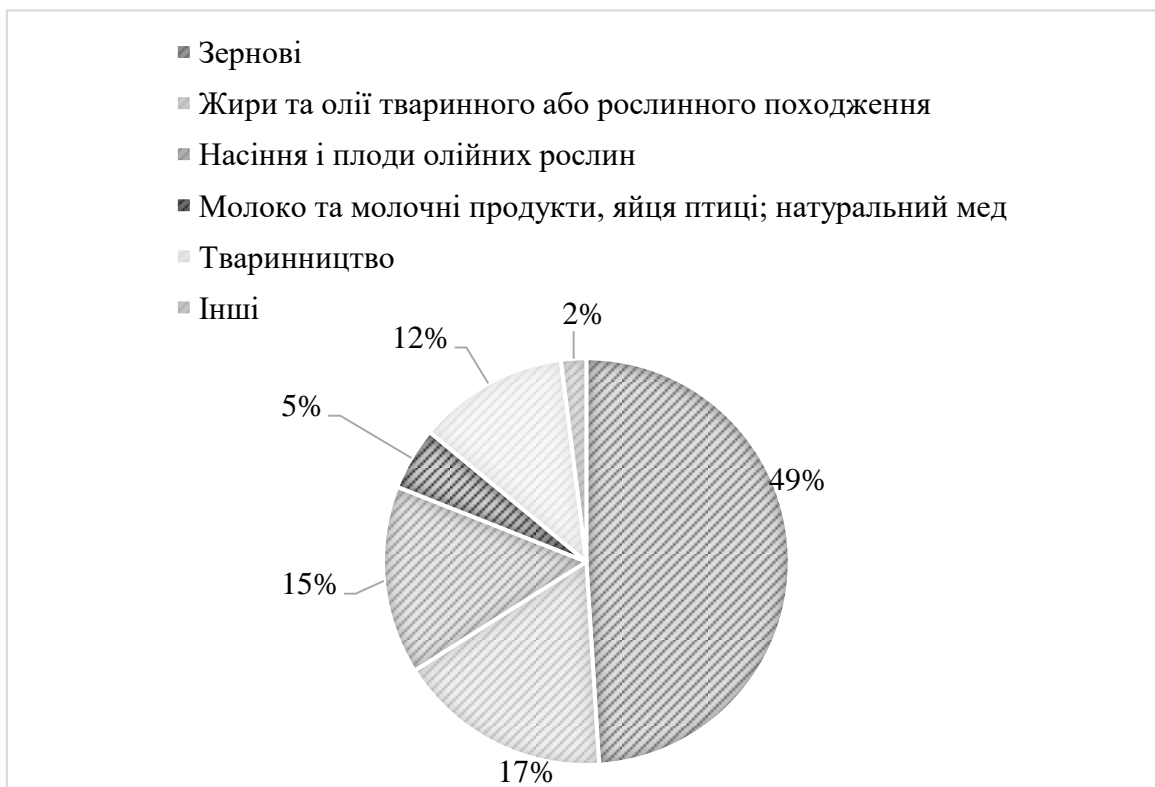


Рис. 8. Структура аграрного ринку України у 2017 р., %

Джерело: розроблено авторами на основі [5]

Відповідно до Держбюджету на 2018 рік, усього для агропромислового комплексу України виділено 7,3 млрд грн, що на 16% більше ніж у 2017 році (у 2017 р. – 6,3 млрд грн). Таке збільшення відбулося за рахунок суттєвого покращення умов підтримки малих та середніх фермерських господарств – закладено понад 1 млрд грн. Також в 1,7 рази збільшиться обсяг коштів, що направляються на здешевлення вартості вітчизняної сільськогосподарської техніки. На цю про-

граму в 2018 році у бюджеті передбачено майже 1 млрд гривень. Таким чином, є надії на подальше відновлення та розвиток агропромислового комплексу у 2018 р. [20].

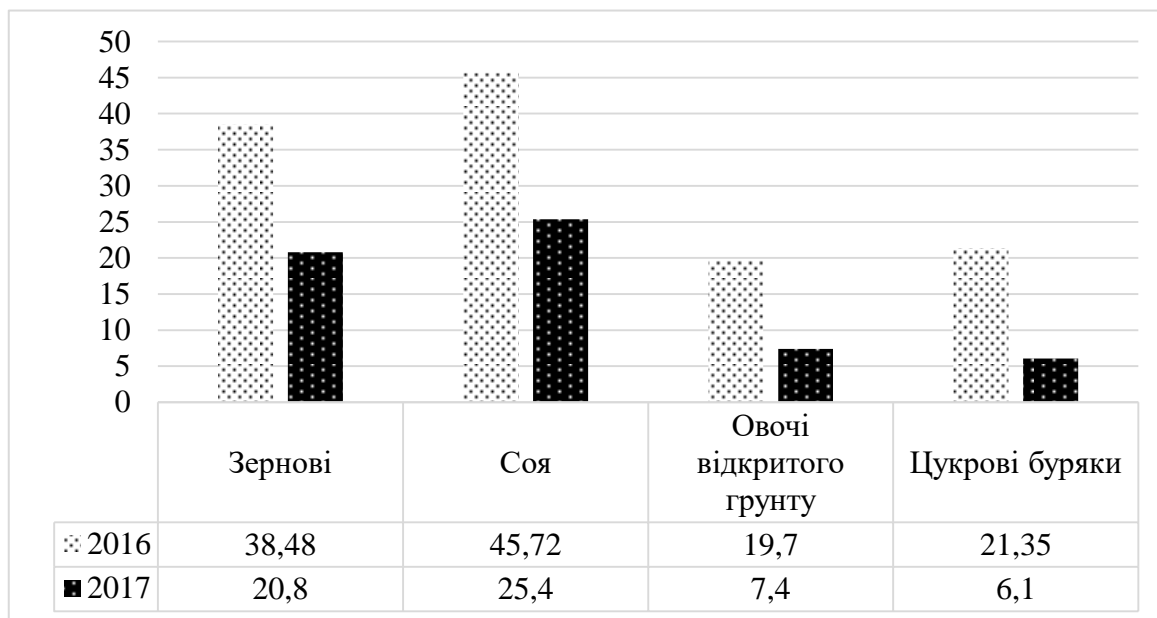


Рис. 9. Рівень рентабельності у рослинництві у 2016–2017 рр.

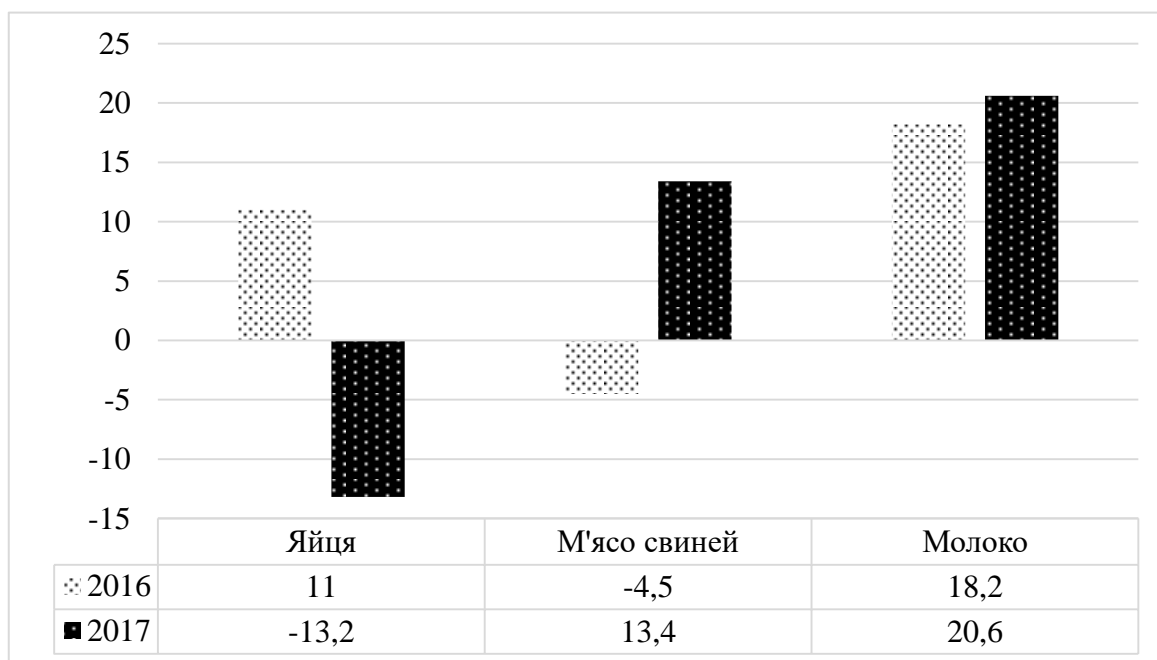


Рис. 10. Рівень рентабельності у тваринництві у 2016–2017 рр.

У сучасних умовах роль і значення дослідження методології формування та оцінки динамічної конкурентної стратегії хлібопекарських підприємств зростає. Аналіз тенденцій розвитку хлібопекарської галузі України, чинників впливу, причинно-наслідкових зв'язків і наслідків змін, що відбуваються, дає підстави сформулювати чітке уявлення щодо її кон'юнктуру, а також визначити пріоритетні напрями подальшого розвитку методології формування конкурентної стратегії.

Провідну роль у формуванні методології стратегічного планування відіграє система методологічних принципів, що визначає якісні параметри стратегічного планування, а також обґрунтовує нові наукові підходи та методи, що застосовуються при формуванні динамічної конкурентної стратегії. Сьогодні, немає єдиного однозначного підходу до визначення методології формування та оцінки ефективності динамічних конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі. Науковці висловлюють різні погляди на предмет, методи і цілі методологічних досліджень.

Питання методології формування конкурентних стратегій розглянуті у працях вітчизняних та зарубіжних вчених Г. Азоева, В. Андрійчука, Г. Багієв, С. Кваші, Д. Легези, М. Малика, В. Месель-Веселяка, Л. Михайлової, П. Саблука, О. Віханського, І. Герчикова, Є. Голубкова, Г. Гольдштейна, Ф. Буккереля, А. Дайана, Ф. Котлера, Ж. Ламбена, Г. Мінцберга, М. Портера, А.Дж. Стрікленда, А.А. Томпсона та ін.

Питання оцінки ефективності конкурентної стратегії, а також її інфраструктурного забезпечення, освітлювалось у дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців: В. Андрійчука, О. Варченко, М. Губи, А. Діброви, С. Дусановського, Г. Калетніка, С. Кваші, Ю. Кирилова, М. Корецького, М. Латиніна, Ю. Лопатинського, Ф. Лассалья, Ф. Шульца-Деліча, А. Шеффле, А. Вагнера, В. Зомбарта, В. Репке, С. Первушина, В. Громана, М. Кондратьєва та ін.

У працях науковців були сформульовані різні погляди щодо методології стратегічного планування, а також запропоновані

власні підходи до формування та розвитку принципів і вирішення проблем оцінки базових конкурентних стратегій. Були описані принципи їх формування та особливості впровадження в умовах ринкової економіки.

Кожна галузь знань має власні засоби наукового пізнання, що у цілому становить методологію конкретної галузі науки, що включає в себе систему принципів і способів організації та побудову теоретичної і практичної діяльності, а також вчення про цю систему. Тому методологія формування динамічних конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі містить у собі систему методологічних принципів, за допомогою яких здійснюється їх створення, а також обґрунтовуються нові наукові підходи і методи, що використовуються під час розробки конкурентних стратегій [21, с. 207].

Виділення методології формування динамічних стратегій підприємств хлібопекарської галузі обумовлено специфікою форм руху дійсності, особливостями об'єктів конкурентних стратегій, необхідністю формування сукупності принципів і прийомів, що впливають із них, методів, методик, за допомогою яких вирішуються специфічні завдання динамічних конкурентних стратегій та реалізуються їх функції:

- отримання і створення нових знань в області динамічних конкурентних стратегій;
- перетворення цих знань у систему нових понять, категорій, законів, гіпотез, ідей, теорій;
- організація використання нових знань у процесі формування динамічних конкурентних стратегій.

У зв'язку із цим методологія є найважливішим компонентом процесу формування динамічних конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі України. При цьому слід враховувати, що формування динамічних конкурентних стратегій розглядається як відносно нова наукова дисципліна, яка перебуває у процесі формування, тому вона далека від повного теоретико-методологічного завершення.

На нашу думку, в цілому проблематика методології формування динамічних конкурентних стратегій повинна охоплювати такі основні питання:

- дослідити структуру теорії динамічних конкурентних стратегій;
- опрацювати закони формування знання про динамічну конкурентну стратегію і методи її формування;
- проаналізувати функціонування та зміну наукових теорій, що відносяться до формування конкурентних стратегій;
- розробити понятійний апарат формування динамічних конкурентних стратегій;
- дослідити структуру і склад методів динамічних конкурентних стратегій;
- проаналізувати сфери і умови застосовності методів динамічних конкурентних стратегій;
- дослідити умови і критерії науковості в процесі формування динамічних конкурентних стратегій;
- підготувати опис і дослідження етапів процесу формування динамічних конкурентних стратегій;
- розробити застосування дослідницьких принципів, концепцій пізнання щодо динамічних конкурентних стратегій.

Методологічною особливістю формування динамічних конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі є те, що ця діяльність багато в чому носить в силу своєї специфіки дослідний характер, так як розробка динамічної конкурентної стратегії базується на даних, які можуть бути отримані при проведенні не просто вивчення будь-яких чинників, але саме дослідження, тобто отримання абсолютно нових знань про внутрішнє і зовнішнє середовище організації. Стратег, перш ніж приступити до творчого формування динамічної конкурентної стратегії, повинен отримати нові наукові знання за допомогою спеціальних методів економічного дослідження [22, с. 171].

Динамічна конкурентна стратегія ґрунтується на пізнанні майбутнього, яке може розглядатися як пізнання, в першу чергу, наукове, тобто засноване на використанні наукових методів. Тому формування

динамічних конкурентних стратегій як наукова дисципліна і складова частина економічних і управлінських наук має ґрунтуватися і на методології наукового пізнання [23, с. 204].

Оскільки в науковому пізнанні умовно виділяють два рівня дослідження: емпіричний і теоретичний, то формування динамічних конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі ґрунтується на цих двох рівнях (видах) досліджень. На емпіричному рівні здійснюється виявлення і отримання фактів економічної діяльності підприємства на основі спостереження і фіксації даних. Потім проводиться первинна їх обробка, яка полягає в осмисленні кожного факту, в його критичній оцінці і перевірці, в описі науковою мовою, в класифікації за різними підставами і систематизації. На заключному етапі осмислення фактів виявляються найбільш очевидні зв'язки і відносини між ними, емпіричні закономірності, яким підкоряються об'єкти, що досліджуються [24, с. 68].

Теоретичний рівень передбачає аналіз отриманих фактів, уявне розуміння сутності явищ, розкриття і формування якісних та кількісних законів і закономірностей, які пояснюють досліджувані явища. Отримані закони і закономірності дозволяють прогнозувати поведінку і розвиток об'єкта або явища, розробляти принципи і способи дій, що впливають на них.

Таким чином, наукове дослідження у формуванні динамічних конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі у кожному циклі робить рух від емпіричної бази до теорії і від теорії до практики. Завершення даного циклу є одночасно і початком нового циклу, що забезпечує безперервний процес збільшення знань, необхідних для здійснення формування динамічних конкурентних стратегій.

Формування динамічних конкурентних стратегій – це діяльність, яка не може розглядатися як чисто економічна, оскільки стратегія є інструментом прийняття управлінських рішень, а значить, формування стратегії необхідно розглядати також і як управлінський процес [25, с. 88].

Звідси можна зробити висновок про те, що формування динамічних конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі знаходиться на стику управлінської та економічної наук і являє собою підгалузь цих наук, а точніше наукову дисципліну, яку відрізняють наступні ознаки:

- постійне оновлення;
- прагнення до істинності, тобто об'єктивності і достовірності;
- критицизм, тобто постійна перевірка отриманих знань на достовірність;
- логічна обґрунтованість, тобто використання у формуванні динамічних конкурентних стратегій процедур обґрунтування істинності знань;
- досвідчена обґрунтованість, яка передбачає поєднання теоретичних результатів досліджень з їх практичною перевіркою. Це властивість, однак, далеко не завжди означає необхідність проведення експериментів, оскільки підприємство є соціальним інститутом і не може бути представлено як експериментальний полігон.

Розглядаючи формування динамічних конкурентних стратегій, як частину науки, яка включає у себе перераховані вище властивості, необхідно враховувати наступне:

- формування динамічних конкурентних стратегій являє собою не просто суму знань про особливості економіки і управління підприємством, а систему сформульованих положень про явища і їх глибинні зв'язки, тобто про економічні і соціальні закони, які враховуються у плануванні, та виражаються за допомогою особливих наукових понять і показників;
- динамічна конкурентна стратегія – це результат практичної наукової діяльності, підпорядкованої цілям удосконалення управління підприємством;
- провідною тенденцією у розвитку формування динамічних конкурентних стратегій є синтетична, інтеграційна тенденція;

- суб'єктивність у процесі виробництва нових знань і співвіднесеність характеру отриманих знань з особливостями пізнавального суб'єкта;
- парадигмою формування динамічних конкурентних стратегій є парадигма становлення і самоорганізації, системність і розвиток;
- значущість методології науки.

Становлення формування динамічних конкурентних стратегій як наукової дисципліни виражається в тому, що висувуються наукові ідеї та гіпотези щодо способів розробки конкурентних стратегій, розуміння сутності динамічних стратегій, структури управління підприємством, підходів до прийняття управлінських рішень тощо [26, с. 153].

У працях із формування конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі методологічною базою розглядають системний і ситуаційний підходи, однак відсутній однозначний перелік методологічних принципів.

На нашу думку, доцільним є розділення методологічних принципів формування динамічних конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі на дві групи:

- 1) загальні методологічні принципи формування динамічних конкурентних стратегій;
- 2) окремі методологічні принципи формування динамічних конкурентних стратегій.

Запропоновані методологічні принципи впливають із сутності стратегії хлібопекарського підприємства як економіко-управлінської категорії. Перша група принципів включає у себе основні методологічні принципи, що можуть бути застосовані щодо будь-якого виду конкурентної стратегії, а друга – це додаткові методологічні принципи, використовувані щодо конкретного виду конкурентної стратегії, зокрема для корпоративної і ділової стратегії хлібопекарського підприємства.

У таблиці 1 наведено більш детальний перелік методологічних принципів для загальної та окремої груп.

Таблиця 1

Методологічні принципи формування динамічних конкурентних стратегій

Загальні методологічні принципи	Окремі методологічні принципи
науковості;	досягнення збалансованості портфелю стратегічних функцій підприємства;
комплексності;	досягнення стратегічної відповідності портфелю стратегічних функцій підприємства;
об'єктивності;	досягнення гнучкості портфелю стратегічних функцій підприємства;
дієвості;	досягнення оптимального рівня активності конкурентної стратегії;
простоти;	досягнення оптимальної конкурентної позиції;
несуперечності;	досягнення оптимального розміру та інтенсивності НДДКР;
посилення конкурентоздатності;	досягнення оптимального розміру та інтенсивності маркетингу;
відособленості;	досягнення оптимального розміру капіталовкладень.
послідовності;	
часової визначеності;	
періодичності;	
реалізованості;	
оперативності;	
участі;	
інтеграції;	
координації;	
моделювання;	
принцип економічної доцільності;	
інтерпретації результатів конкурентної стратегії.	

Джерело: сформовано авторами на підставі [23; 26; 27]

Таким чином, беручи до уваги усе вищенаведене, ми можемо виділити чотири методологічні проблеми формування динамічних конкурентних стратегій підприємств хлібопекарської галузі України.

До методологічних проблем формування динамічних конкурентних стратегій необхідно віднести ті проблеми, які ускладнюють або іноді унеможливають формування конкурентних стратегій на підприємстві [28, с. 204].

Першою проблемою є проблема понятійного апарату формування динамічних конкурентних стратегій, яка пов'язана із загальною в економічних науках проблемою відмінностей в трактуваннях сутності тих чи інших економічних термінів. Термінологічні проблеми стосуються як визначення самої динамічної конкурентної стратегії, так і таких базових понять, як капітал, доходи, витрати, фінансовий результат тощо. Понятійний апарат формування динамічних конкурентних стратегій знаходиться у стані формування, і його розвиток гальмує відсутність єдиного розуміння значної кількості основних економічних термінів у різних економічних науках. У даний час це особливо стосується понять, які знаходяться на стику областей знань, що використовувались у радянський період, із сучасними поняттями, які прийшли до нас із країн Європи та США. До таких проблемних понять можна віднести доходи, витрати, прибуток, товар, основні засоби та ін.

Другою методологічною проблемою є проблема обґрунтування істинності. Істинність можна обґрунтувати дослідним або логічним шляхом. Істинність знань про динамічну конкурентну стратегію базується не тільки на правильному тлумаченні терміну, а й на знаннях про методи і принципи її формування, знаннях про чинники, що впливають на зміст динамічної конкурентної стратегії.

Формування динамічної конкурентної стратегії використовує моделювання для пізнання дійсності. Високий рівень нестабільності і невизначеності зовнішнього середовища призводить до того, що моделі, побудовані, як правило, на статистичних даних, не можуть правильно описати майбутній стан об'єкта моделювання, тому точність оцінки ефективності динамічної конкурентної стратегії може бути поставлена під сумнів. Також, причиною обережного підходу до практики моделювання є відома невідповідність між об'єктом і його моделлю: адже модель – це лише спрощене уявлення дійсності. Модель є теоретичною побудовою, що має деяке, іноді віддалене, ставлення до реальності, яке можна обговорювати і аналізувати незалежно. У загальному випадку мета моделювання – отримання інформації про об'єкт у часі, починаючи із пізнавальних цілей та до

отримання конкретних даних для цілей прийняття управлінських рішень. При побудові моделі, для цілей формування динамічних конкурентних стратегій, неминуче доводиться застосовувати різні припущення і обмеження. Із усієї кількості параметрів об'єкта дослідження, потрібно обирати лише ті, що є найбільш важливими.

Третя методологічна проблема, яку необхідно виділити – це проблема необхідності та спільності наукових тверджень. Науково-теоретичне знання істини втілюється у формулюваннях законів, тобто деяких твердженнях, які фіксують залежність між фактами, що спостерігаються, а також претендують на необхідність і спільність. Наукове знання стає достовірним, перетворюється з гіпотези у теорію, коли усі необхідні і загальні закони, що входять у теорію, сформульовані. Однак саме тут і виникає проблема, адже немає абсолютної впевненості у необхідному і загальному характеру дії законів науки. Формування законів у теорії динамічних конкурентних стратегій може стосуватися залежності змісту стратегії від майбутнього розвитку внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Розуміння цих законів ускладнюється тим, що як внутрішнє так і зовнішнє середовище підприємства визначається багатьма факторами.

Четверта методологічна проблема може бути сформульована як проблема категорійного осмислення наукового знання. Знання виражаються за допомогою понять, включаючи поняття граничної спільності, тобто категорій. В економічних науках категорійний статус мають, наприклад, такі поняття, як гроші, фінанси, кредит та ін., а в формуванні динамічних конкурентних стратегій на статус категорії може і повинна претендувати динамічна конкурентна стратегія. Тому зазначена проблема, по суті, стосується критеріїв виділення категорій та їх тлумачення, а точніше, пошуку відповідей на такі питання: звідки, як, яким чином виникають подібні категоріальні граничні поняття. Скажімо, категорія фінанси розуміється як фінансові відносини, які характеризуються відомими властивостями, те ж саме можна сказати і про категорію динамічна конкурентна стратегія, яка має безліч практичних форм втілення на практиці.

Література

1. Ставицький О. В. Державне управління підприємствами хлібопекарської галузі України та напрями підвищення ефективності їх діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua>.
2. Куди прямує ринок борошна. 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=24882>.
3. Об'єм виробництва борошна. 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://latifundist.com/novosti/38650-v-ukraine-za-2017-g-proizveli-2-mln-t-muki>
4. Чисельність населення України стрімко скорочується. 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/2018/02/20/novyna/suspilstvo/chyselnist-naselennya-ukrayiny-strimko-skorochuyetsya>
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. В Україні за підсумками 2017 року зафіксовано зниження виробництва хліба і борошна. 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrmillers.com/ukrajina/v-ukrajini-za-pidsumkami-2017-roku-zafiksovano-znizhennya-virobnitstva-khliba-i-boroshna>
7. Половина хлібного ринку працює у «тіні». 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agropolit.com/news/6060-polovina-hlibnogo-rinku-pratsyuє-u-tini>
8. Офіційний сайт ПАТ «Холдингова компанія «Хлібні інвестиції». Середньодобова реалізація продукції по заводам. Листопад 2015 р., [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://hlebinvest.com.ua/uk/our_businesses
9. ПАТ «Холдингова компанія «Хлібні інвестиції» у лютому запустить новий хлібзавод у Києві. 2015 р. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://delo.ua/business/hlebnye-investicii-v-fevrale-zapustjat-novuj-hlebzavod-v-kieve-308208/>.

10. Кирилов Ю.С., Кон'юнктура снітового ринку сільськогосподарської продукції: теорія, методологія, практика [Монографія] / Ю.С. Кирилов. – Харків: Олді-Плюс, 2010. – 416 с.
11. Долан Э.Дж. Рынок: Микроэкономическая модель [Текст] / Э. Дж. Долан, Д. Линдсей. – С. Пб, 1992. – 496 с. С. 19.
12. Кириленко В. В. Економіка : [Навчальний посібник] / В. В. Кириленко. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 193 с. С. 67.
13. Лысюк В.М. Воспроизводственная функция товарных рынков : [Монографія] / В. М. Лысюк. – Одесса, 2011. – 225 с. С. 28.
14. Кирилов Ю.С., Кон'юнктура снітового ринку сільськогосподарської продукції: теорія, методологія, практика [Монографія] / Ю.С. Кирилов. – Харків: Олді-Плюс, 2010. – 416 с.
15. Кучеренко В.Р. Аналіз ринкової кон'юнктури : [Навчальний посібник] / В.Р. Кучеренко, А.В. Андрейченко, С.А. Горбаченко, Р.В. Грінченко, В.А. Карпов. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 345 с.
16. Маркетинг: Толковый терминологический словарь-справочник / Под ред. проф. А.К. Ждинчарадзе. – М.: «Инфоконт» СП «Медсервис Интернешнл», 1991. – 224 с. С. 10.
17. Кучеренко В.Р. Моніторинг світових ринків харчової сировини і продукції АПК : [Навчальний посібник] / В.Р. Кучеренко, А.В. Андрейченко, Р.В. Грінченко. – Одеса, 2013. – 111 с.
18. Рентабельність виробництва у рослинництві. 2017 р. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.iae.org.ua/presscentre/archnews/2175-rentabelnist-vyrobnytstva-u-roslynnytstvi-2017-roku-ochikuyetsya-na-rivni-25-3-vidsotka-yuriy-lupenko.html>.
19. Зимові роздуми про новий урожай. 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agrotimes.net/journals/article/zimovi-rozdumi-pro-novij-urozhaj>
20. Закон України «Про Державний бюджет України на 2018 рік». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2246-19>

21. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
22. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. – М. : Междунар. отношения, 2003. – 896 с.
23. Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная практика. – М. : Прогресс, 2012. – 399 с.
24. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия – СПб. : Питер, 2004. – 416 с.
25. Trauffer Gaston, Hugo Tschirky Sustained Innovation Management. – US: Palgrave Macmillan, 2007. – 263 p.
26. Christiansen James Competitive Innovation Management. – US: Palgrave Macmillan, 2000. – 312 p.
27. Пушняк Е.В. Методология стратегии инновационной деятельности – М. : ИНИЦ «ПАТЕНТ», 2014. – 208 с.
28. Портер М. Конкуренция: учеб. пособие: пер. с англ – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.