

Запропонована вище методика оцінки ресурсного потенціалу підприємств дозволяє виявити і узагальнити першочергові завдання щодо усунення недоліків і підвищення ефективності інвестиційного процесу в нафтогазовій галузі:

- ✦ перехід на якісно новий рівень управління інвестиційною діяльністю підприємств з використанням сучасної методології стратегічного планування;
- ✦ інтеграційний рух компаній щодо залучення інвестиційних ресурсів на кращих умовах;
- ✦ відновлення ресурсної бази підприємств;
- ✦ нарощування пошуково-розвідувальних робіт;
- ✦ розширення міжнародного кола партнерів;
- ✦ розширення інформаційної присутності на вітчизняному та міжнародному ринках;
- ✦ підвищення ефективності взаємодії з органами державної влади щодо питань розробки відповідної нормативно-правової бази, інвестиційних програм підтримки галузі, підприємств;
- ✦ підвищення професіоналізму кадрового складу підприємств;
- ✦ забезпечення та переслідування інтересів підприємств, його акціонерів та працівників.

#### ВИСНОВКИ

Розробка подальших кроків у розвитку інвестиційної діяльності нафтогазових підприємств України повинна виходити з наявності ресурсного потенціалу

підприємств та його особливостей, а саме – елементами ресурсного потенціалу підприємства можуть бути визнані такі види ресурсів, обсяги та структура яких змінюються лише в результаті реалізації відповідних стратегічних рішень. Запропонована система оцінки та аналізу ресурсного потенціалу підприємств нафтогазової галузі України за чотирма головними напрямками: фінансовий потенціал, виробничий потенціал, збутовий потенціал, інвестиційний потенціал дозволяє не тільки оцінити ресурсний потенціал підприємства, а й виявити шляхи його підвищення та пріоритетні сфери активного інвестиційного впливу. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : Учебное пособие.– М. : ИНФРА, 2001.– 215 с.
2. Бертонеш М., Найт Р. Управление денежными потоками.– СПб. : Питер, 2004.– 240 с.
3. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента: В 2 т.– К. : Ника-Центр, 2001.– 430 с.
4. Бланк И. А. Стратегия и тактика управления финансами.– К. : МП «ИТЕМ лтд», 1996.– 534 с.
5. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление / Пер. с англ.– М. : Олимп-Бизнес, 1999.– 576 с.
6. Ли Ч.Ф., Финнерти Д. И. Финансы корпораций: теория, методы и практика / Пер. с англ.– М. : ИНФРА-М, 2000.– 686 с.

УДК 658.01: [338.45:663/664]

## ФОРМИРОВАНИЕ КАТАЛОГА ОПТИМАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ МЕТОДОМ «ТОНКОЙ ПОДСТРОЙКИ»

КОКОДЕЙ Т. А.

кандидат экономических наук

Севастополь

**В** условиях нестабильности и непредсказуемости среды предприятия пищевой промышленности возникает необходимость формализации средовых влияний для построения оптимальной реакции на них предприятия в форме стратегий.

Вопросы формализации влияний среды рассмотрены в широком спектре трудов отечественных и зарубежных учёных, в частности, затрагиваются аспекты экономической и неэкономической цикличности в работах Дж. Китчина [1], К. Жюгляра [2], Н. Д. Кондратьева [3], Г. Д. Снукса [4] и др. В исследованиях Дж. Форрестера [5] и Б. Берри [6] были выдвинуты идеи о вложенности взаимосвязанных экономических циклов различных длин (экономической полицикличности). В свою очередь, Ю. В. Яковец [7] ещё больше расширил

концепцию полициклической вариативности среды, идентифицировал вложенные, коррелированные экономические, экологические, демографические, научно-технические, социально-политические циклы различных длин в структуре общей динамики среды. Вышеупомянутая интегрированная концепция является одним из основных первичных допущений данной работы.

Целью данной статьи является разработка метода «тонкой подстройки» видов стратегий предприятия пищевой промышленности к прогнозным значениям паттернов поведения потребителя на рынке продуктов питания, используемого для формирования каталога оптимальных стратегических альтернатив.

В настоящее время незначительная доля исследований посвящена формализации и прогнозированию паттернов поведения потребителя на рынке продуктов питания, а также отсутствует механизм связи данных паттернов с оптимальными стратегиями пищевого предприятия.

С точки зрения концепции полицикличности среды [7] период с 2020 по 2050 гг. является переход-

ным в преддверии возникновения кластера глобальных кризисов второй половине XXI в. [8], поэтому в данный тридцатилетний интервал можно ожидать замедление и начало спада долгосрочного и сверхдолгосрочного экономических циклов под воздействием исчерпания или ухудшения до непригодного состояния основных мировых природных ресурсов. Данный сценарий развития среды также предполагает краткосрочную резкую флуктуацию вверх развития технологий сельского хозяйства и пищевой промышленности как результат попытки человечества нивелировать снижение объёмов производства, разнообразия, экономической доступности и распространённости продуктов питания в мире. В данных условиях методом сценарного анализа можно прогнозировать следующие основные значения паттернов поведения потребителя на рынке продуктов питания:

$A_{2,1}$  Потребление продуктов питания, полученных из отходов, например, птичьего пера, канализационных отходов и т. д.

$B_{1,1}$  Полностью синтетическое функциональное таблеточное питание, заменяющее необходимый рацион.

$C_{2,1}$  Частично или полностью натуральное питание базовыми продуктами собственного сельскохозяйственного производства (традиционными методами, методами гидропоники или аэропоники) либо приобретёнными; создание домашних запасов для последующего длительного потребления и традиционное консервирование данной продукции.

$E_{2,1}$  Быстрое, полезное и безопасное питание путём систематического потребления высокотехнологичных функциональных заменителей продуктов питания на основе синтетических и природных компонент, содержащих сбалансированное количество физиологически функциональных пищевых ингредиентов (белков, жиров, углеводов, витаминов, минералов)

Используем вышеперечисленные прогнозные значения будущих паттернов поведения потребителя на рынке продуктов питания в 2020 – 2050 гг. в контексте полициклического сценарного фона для иллюстрации применения методов «тонкой подстройки» при формировании оптимальных стратегий предприятия. То есть, рекомендуем оптимальный набор стратегий предприятия на рынке продуктов питания в период 2020 – 2050 г. при условии, что данный период с точки зрения теории полициклической динамики среды является переходным и непосредственно предшествующим кластеру глобальных экономических и неэкономических кризисов с 2050 г.

При этом метод «тонкой подстройки» предполагает, во-первых, что мотивы потребления продуктов питания должны синхронно управлять поведением покупателя и разработкой стратегий предприятий, направляя те и другие на наиболее полное удовлетворение этих мотивов, во-вторых, что существует однозначное соответствие каждого паттерна покупательского поведения набору оптимальных стратегий, максимизирующих конкурентное преимущество предприятия в заданных условиях. Поэтому сущность «тонкой подстройки» к текущим и будущим паттернам поведения потребителя

продуктов питания заключается в разработке стратегических альтернатив предприятия, которые наиболее полно удовлетворяют и усиливают те мотивы потребления продуктов питания, которые формируют паттерны с высоким потенциалом развития. Последний определяется долей присутствия паттерна в общем поведении и тенденцией её динамики. Качественные значения паттернов и их потенциалы развития изменяются в зависимости от фаз основных макроциклов и производных от них ритмов влияния микросреды индивида.

Одним из значимых потенциальных поведенческих паттернов (шаблонов) является  $E_{2,1}$  [Быстрое, полезное и безопасное питание путём систематического потребления высокотехнологичных функциональных заменителей продуктов питания на основе синтетических и природных компонент, содержащих сбалансированное количество физиологически функциональных пищевых ингредиентов: белков, жиров, углеводов, витаминов, минералов, необходимых организму человека], который сформируется под воздействием мотивов потребления продуктов питания категории:

- ✦ m3. Получение желаемых вкусовых ощущений и эмоционального комфорта от потребления, а именно: m3.3. Получение удовольствия от индивидуализированных продуктов питания в зависимости от текущих органолептических предпочтений потребителя;
- ✦ m4. Поддержание жизнеспособности и эстетического вида организма посредством потребления безопасных и полезных продуктов питания, а именно: m4.1. Потребление «настроенных» с учётом индивидуальных биологических потребностей полезных продуктов.

Поэтому в качестве оптимального соответствия паттерну  $E_{2,1}$  можно рекомендовать (направленный на удовлетворение и усиление данных мотивов) вид стратегий XXII. Стратегия интерактивного питания, включающего систему нанотехнологического наблюдения и настройки изначально нейтральных продуктов питания с учётом органолептических предпочтений и биологических потребностей в питательных веществах потребителя на индивидуальном уровне.

Предпосылки зарождения данной стратегии можно отметить с 2005 г. в связи с современными исследованиями по использованию нанотехнологий в пищевой промышленности таких крупнейших международных предприятий, как группа компаний Kraft Foods Inc. (в группу входит ЗАТ «Крафт Фудз Україна»), Nestlé (включая «Nestlé Україна»), НН Heinz, Hershey Foods, Altria и др.

Разработки Kraft Foods Inc. направлены на создание наносенсоров, которые смогут фиксировать текущие биологические потребности в питательных веществах и органолептические предпочтения индивида, позволяя активировать соответствующие нанокапсулы, содержащиеся в изначально нейтральном продукте и превращающие его в индивидуализированный.

Другой тип наносенсоров в разрабатываемых упаковочных материалах позволяет быстро и надёжно выявлять в продуктах питания наличие загрязнений или неблагоприятных агентов и исключать их наличие, позволяя в несколько раз увеличивать срок хранения продукта.

Данные вопросы с 2005 г. являются предметом обсуждения на ежегодно проводимых конференциях по интеграции нанотехнологий в пищевую промышленность – «Nano4food».

Другим вероятным паттерном поведения в контексте рассматриваемого прогнозного фона в 2020 – 2050 гг. является  $B_{1,1} = \Omega$  [Полностью синтетическое функциональное таблеточное питание, заменяющее необходимый рацион].

Ещё в конце XIX в. французский химик Marcellin Berthelot прогнозировал, что всё человечество откажется от традиционной пищи и перейдёт на питательные таблетки. Данный прогноз может быть верен только для части населения, представленного потребителями «безразличного» типа, для которых незначимо удовольствие от потребления и поведение которых будет обусловлено действием мотивов категорий:

- ✦ m1. Обеспечение стабильной системы питания: регулярное приобретение необходимого продуктового набора, а именно, m1.2. Получение всего комплекса необходимых питательных веществ из максимально упрощённого рациона питания;
- ✦ m2. Экономия ресурсов (времени и усилий) при организации питания, а именно, m 2.2. Избежание необходимости приготовления продуктов питания и максимальное упрощение процедуры их потребления.

**Н**аилучшим образом удовлетворяет и усиливает вышеперечисленные мотивы вид стратегий XXIII. Стимулирование упрощённого синтетического функционального таблеточного питания, полностью заменяющего необходимый традиционный рацион.

Несмотря на то, что в настоящее время не существует питательных таблеток с данными свойствами, можно отметить существование близких прообразов стратегии XXIII, которые подразумевают упрощённое функциональное питание ограниченным набором порошковых преимущественно синтетических продуктов быстрого приготовления.

В частности, инновационные функциональные продукты питания TM Energy Diet, которые входят в ассортимент международной группы дистрибьюторов NL International. Данные высокотехнологичные полезные продукты быстрого приготовления содержат в сбалансированном количестве все питательные вещества: белки, жиры, углеводы, минеральные вещества, витамины и микронутриенты. Изготовителем данной продукции является французское предприятие Laboratoires SVM.

Один из прогнозных паттернов также является  $A_{2,1} = \Omega$  [Потребление продуктов питания, полученных из отходов, например, птичьего пера, канализационных отходов и т. д.] предполагает соответствующий оптимальный вид стратегий XXIV. Стратегия ценового

стимулирования потребления производных продуктов питания на основе органических отходов. Данное сочетание паттерна и вида стратегий оптимально и получено через мотивы категорий:

- ✦ m1. Обеспечение стабильной системы питания: регулярное приобретение необходимого продуктового набора, а именно, m1.3. Поддержание биологического функционирования организма путём потребления минимально необходимого продуктового набора;
- ✦ m2. Экономия ресурсов (средств) при организации питания, а именно, m 2.3. Максимально возможная экономия ресурсов на потреблении продуктов питания.

В настоящее время существуют технологии, обуславливающие будущую возможность реализации данной стратегии.

Одним из наиболее вероятных паттернов поведения также является паттерн  $C_{2,1} = \Omega$  [Частично или полностью натуральное питание базовыми продуктами собственного сельскохозяйственного производства (традиционными методами, методами гидропоники или аэропоники) либо приобретёнными; создание домашних запасов для последующего длительного потребления и традиционное консервирование данной продукции].

Оптимальный вид стратегий, соответствующий данному паттерну, – XXV. Диверсификация видов деятельности предприятия за счёт начала и расширения сельскохозяйственного производства продуктов питания. Стратегия XXV направлена на удовлетворение мотива (m4.2) поддержания жизнеспособности и здоровья путём потребления натуральных традиционных продуктов питания, который сформирует паттерн  $C_{2,1}$ .

**И**спользуя полученные оптимальные взаимосвязи наиболее значимых прогнозных паттернов поведения потребителя на рынке продуктов питания и видов частных стратегий, сформируем оптимальный набор стратегических альтернатив ТПП «Rainford» (которая объединяет в себе ряд собственных производственных предприятий, выпускающих различные категории продуктов питания, а также обладает разветвлённой торговой сетью супермаркетов, магазинов, оптовых баз и является крупнейшим импортёром продовольствия) на 2020 – 2050 гг. в условиях полициклического сценария развития прогнозного фона:

- ✦ создание предложения молекулярных имитаций не существующих в природном виде деликатесных и базовых продуктов питания прошлого;
- ✦ формирование национальной сети ресторанов «молекулярной» высокой кухни на территории Украины;
- ✦ создание и поддержание оптимальной структуры предложения высокотехнологичной молочной, кондитерской, хлебобулочной, мясной и безалкогольной пищевой продукции сверх длительного хранения за счёт использования нанотехнологий;



- ✦ создание и расширение предложения индивидуализированных «интерактивных» безалкогольных напитков с использованием нанотехнологий;
- ✦ создание предложения функционального таблеточного питания, полностью заменяющего необходимый пищевой рацион;
- ✦ стратегия вертикальной интеграции «назад»: покупка сельскохозяйственных земель и начало сельскохозяйственного производства продуктов питания;
- ✦ создание предложения молочных, кондитерских и мясных продуктов питания в нижнем ценовом сегменте на основе органических отходов.

## ВЫВОДЫ

Таким образом, в контексте наиболее вероятно полициклического сценария развития среды были установлены оптимальные соответствия основных прогнозных значений паттернов (шаблонов) поведения потребителя на рынке продуктов питания и видов стратегий предприятия в период 2020 – 2050 гг., используя методы «тонкой подстройки» к поведению потребителя. Данные соответствия представляют собой основу каталога оптимальных стратегических альтернатив

предприятия в рассматриваемом периоде. Также был приведён пример оптимальных стратегий предприятия ТПП «Rainford» в 2020 – 2050 гг.

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Kitchin J.** Cycles and Trends in Economic Factors / Review of Economic Statistics, January, 1923 preliminary Vol. V.
2. **Clement Juglar.** Des Crises commerciales et leur retour periodique en France, en Angleterre, et aux Etats-Unis. Paris: Guillaumin, 1862.
3. **Кондратьев Н. Д.** Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения // Экономика.– 2002.– 768 с.
4. **Snooks G. D.** (1996). The dynamic society. Exploring the sources of global change. London and N. Y.: Routledge, 491 p.
5. **Форрестер Дж.** Мировая динамика.– М.: Наука, 1978.
6. **Berry V. J. L.** Long-wave Rhythms in Economic Development and Political Behaviour.– Baltimore & London 1991.
7. **Кузык Б. Н.** Теория, методология и опыт глобального цивилизационного прогнозирования / Б. Н. Кузык, Ю. В. Яковец.– М.: МИСЦ, 2008.– 46 с.
8. **Кокодей Т. А.** Глобальные кризисы XXI столетия: генезис, взаимообусловленность, последствия / Т. О. Кокодей // Бюллетень международного нобелевского экономического форума.– 2010.– № 1(3).– С. 160 – 169.

УДК 338.4:677

# РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КИТАЯ

ЧЕН ХОЙШЕН

Харьков

Актуальность данной темы обусловлена тем, что поиск покупателей продукции, выбор оптимального ассортимента, построение сбытовой сети являются важными проблемами. Однако отгруженная продукция еще не является реализованной. В связи с резким ускорением инфляционных процессов задержки в поступлении платежей от покупателей продукции также приводят к финансовым потерям для предприятия.

Опыт практической работы автора с текстильными предприятиями Украины и стран СНГ свидетельствует о том, что на предприятиях данной проблеме уделяется недостаточное внимание.

Так, например, на большинстве обследованных предприятий отсутствует систематическая аналитическая работа в данной области, решения по отгрузке продукции принимаются на интуитивной основе, без учета их влияния на финансовое состояние и прибыль предприятия.

К тому же в отечественной науке [1 – 3] недостаточно разработана методология планирования условий

реализации продукции. Поэтому возникла необходимость глубокого исследования накопленного отечественного и зарубежного опыта при выборе стратегии развития текстильной промышленности, а также создания математических моделей и методик и адаптации их к экономическим реалиям, сложившимся в Китае в настоящее время.

В период перехода Китая от сельскохозяйственной экономики к промышленно развитой текстильная промышленность была признана приоритетной. Это послужило базой для развития других отраслей промышленности Китая, ускорило темпы роста всей его экономики.

В настоящее время, вследствие повышения курса юаня, понижения ставки возврата налога на экспорт, повышения мировых цен на хлопок, а также новой политики властей по экономии электроэнергии, текстильная промышленность в Китае стоит на пороге кризиса.

Средняя цена на китайский хлопок в 2011 г. (СС Index328) прорвала барьер в 20 тыс. юаней за тонну и достигла самого высокого порога за 10 лет – 20 236 юаней (\$2,89 тыс.). До этого она составляла 17 тыс. юаней за тонну.

На рост цен на хлопок также повлияло и то, что в Синьцзяне, основном районе производства хлопка в КНР, из-за неблагоприятных погодных условий в прош-