

УДК: 330.101

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173804

О. О. Шермет,

кандидат економічних наук,

доцент, директор Навчально-наукового

інституту економіки і управління

Національного університету харчових технологій

вул. Володимирська, 68, м. Київ, 01601, Україна

e-mail: eiu@doc.nuft.edu.ua

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті розглядаються питання щодо моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі. Сформована ієрархія взаємопов'язаності місії, стратегічних орієнтирів та цілей суб'єктів харчової промисловості. Розроблена модель функціонування та стратегічного розвитку суб'єкта харчової промисловості. Запропоновано визначення основних аспектів, які необхідно враховувати при формуванні стратегічних цілей у харчовій промисловості. Представлена ієрархія стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості. Обґрунтовано та запропоновано моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі. Досліджено класифікацію стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі.

Сформовані концептуальні підходи до розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості. Запропонований підхід надає можливість дослідити процес розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості, враховуючи систему забезпечення, яка включає принципи, критерії, параметри, обмеження та відповідну спрямованість, фактори впливу та їх узгодженість, що дозволить виокремити альтернативні шляхи досягнення стратегічних цілей та сформулювати методичне і ресурсне забезпечення з метою отримання ефективних результатів за умови заданих параметрів.

Ключові слова: стратегія; розвиток; стратегічні цілі; моделювання; харчова промисловість; макроекономічне середовище.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У національному макроекономічному середовищі, в умовах посиленої міжнародної інтеграції, харчова промисловість потребує розробки та реалізації комплексних ринкових стратегій, які спрямовані на розвиток галузевого потенціалу та конкурентоспроможності з урахуванням адаптованих до

змін у міжнародному просторі. В умовах глобалізації та зростаючої міжнародної конкуренції стратегія функціонування суб'єктів на ринку харчової продукції тісно пов'язана з проблемами сталого задоволення потреб споживачів та їх здатністю функціонувати в режимі розширеного відтворення у макроекономічному середовищі.

Відсутність ясності у розумінні фінансово-економічних процесів, які відбуваються у національному макроекономічному середовищі, нестача знань пов'язаних з функціонування та розвитку ринку й конкуренції є основними причинами неефективної діяльності у харчовій галузі. Сучасні трансформаційні процеси з якими стикаються суб'єкти харчової промисловості зумовлюють застосування неординарних підходів до організації господарської діяльності у галузі. У сучасних умовах не можливо досягти високих результатів господарювання без обґрунтованої стратегії розвитку суб'єкта національної економіки з врахуванням кон'юнктури ринкового середовища.

Формування ринкової стратегії у харчовій промисловості в умовах сьогодення пов'язано із невирішеними питаннями продовольчого забезпечення, постійними трансформаційними процесами, значної міжнародної конкуренції та посиленому впливу факторів глобалізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями стратегічного розвитку суб'єктів національної економіки займалися такі науковці в галузі менеджменту: Ю. М. Сафонов, Ю. М. Мельник, Г. С. Григор'єв, О. В. Побережець, Є. І. Масленников, А. П. Міщенко, Р. М. Пушкар та інші.

Постановка завдання. Дослідити та обґрунтувати моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Об'єктивна необхідність насичення продовольчого ринку якісною та безпечною продукцією національного виробництва передбачає ефективне функціонування суб'єктів продовольчої галузі, тому що саме від обсягу виробництва харчових продуктів, їх якості, безпечності та доступності залежить не тільки рівень життя у національному середовищі, але і розвиток національної економіки з урахуванням продовольчої й економічної безпеки України.

В умовах ринкових відносин та посиленої міжнародної конкуренції вибираючи відповідну стратегічну зону господарювання для задоволення потреб на ринку продовольчої продукції, суб'єкти харчової промисловості повинні враховувати інтереси декількох потенційних споживачів їх результатів діяльності.

Приймаючи відповідні стратегічне рішення, зокрема, виокремлюючи ту чи іншу ціль стратегічного характеру для суб'єктів господарювання, необхідно оцінити, чи не відіб'ється її вибір негативно на інших цілях, які відображають інтереси інших суб'єктів у ринковому середовищі, і які передбачають принести йому у стратегічній перспективі певний економічний ефект.

Необхідно також відмітити, що залежно від ступеня зацікавленості відповідних осіб у функціонуванні та розвитку суб'єкта харчової промисловості, про бажаний стан, результати і його еволюції у цільовому просторі розрізняються наступні рівні опису: місія, стратегічні орієнтири, цілі, завдання та дії.

У науковому просторі будь-яка стратегія повинна розглядатися як органічна єдність цілей і засобів їх реалізації. Цілі повинні бути винесені на нижчий рівень узагальнення, оскільки їх формулювання повинно бути з достатнім ступенем конкретності, для того щоб можна було констатувати про ступінь реалізації тієї чи іншої цілі. Зокрема, для цього бажано, щоб опис цілей включав деякі значення показників, які вимірюються у відповідних змістовних шкалах (кількісної, відносної та ін.).

Таким чином, ланцюжок типових елементів цільової сфери має наступний вигляд: «місія – стратегія – цілі – завдання – дії – результат». Також достатньо часто зустрічається інше уявлення структури цільового простору, в якому стратегія і цілі змінюються місцями, а стратегія розглядається переважно як спосіб реалізації цілей.

Основна загальна ціль суб'єкта харчової промисловості, яка чітко відображає причина її існування формує його місією, а цілі розробляються для забезпечення досягнення місії та обов'язково їй підпорядковуються. Як зазначалося, місія визначає основні стратегічні орієнтири для розвитку суб'єкта харчової промисловості, тому вона є головною метою його існування, зумовлює вибір системи підпорядкованих цілей для забезпечення її досягнення у відповідних умовах макроекономічного середовища.

Ієрархія взаємопов'язаності місії, стратегічних орієнтирів та цілей суб'єктів харчової промисловості представлена на рис. 1.

Таким чином, для процесу цілепокладання у суб'єкта харчової промисловості, місія – найбільш загальна характеристика, яка у загальному випадку поглинає в себе цілі його функціонування та розвитку під впливом відповідних факторів макроекономічного середовища. Місія суб'єкта харчової промисловості – сукупність загальних орієнтирів і

принципів, які визначають його призначення і роль у національному макроекономічному середовищі та взаємини з іншими соціально-економічними суб'єктами країни.

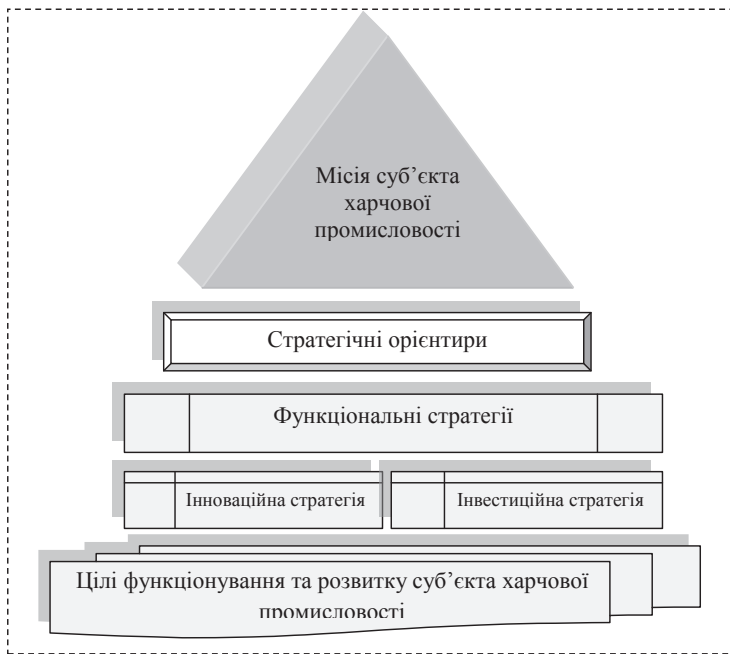


Рис. 1. Ієрархія взаємопов'язаності місії, стратегічних орієнтирів та цілей суб'єктів харчової промисловості

Джерело: розроблено автором.

Пітер Ф. Друкер, класик сучасного менеджменту сформулював базову ціль бізнесу і відповідно менеджменту наступним чином: «мета бізнесу повинна лежати поза самого бізнесу, тобто фактично вона повинна лежати в суспільстві, оскільки суб'єкти господарювання є частиною суспільства, тому існує тільки одне безперечне визначення цілі підприємництва – створення споживача» [1].

Таким чином, необхідно стверджувати, що місія будь-якої підприємницької діяльності полягає у задоволенні потреб споживача у макроекономічному просторі. Тому, для формулювання місії суб'єкта харчової промисловості необхідно враховувати вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Модель функціонування та стратегічного розвитку суб'єкта харчової промисловості сформована на рис. 2.

Місія суб'єктів харчової промисловості існує незалежно від того, сформульована або не визначена. Незважаючи на загальність місії, вона може змінюватися в міру умов функціонування суб'єкта харчової промисловості або його еволюції.

На основі місії, стратегічних орієнтирів та функціональної стратегії, яка має інноваційну або інвестиційну спрямованість, формулюються відповідні цілі суб'єкта харчової промисловості, які визначають критерії, на підставі яких оцінюється його розвиток у відповідних умовах функціонування.

У теоретичній та практичній площині цілі розвитку суб'єктів національної економіки у макроекономічному середовищі трактуються доволі неоднозначно, що зумовлює необхідність теоретичного дослідження семантики даної категорії.

В. Герасимчук у своїх дослідження стверджує, що ціль визначає конкретний кінцевий стан відповідної економічної системи та встановлює напрямки розвитку бізнесу і соціальної сфери, дає змогу сформувати систему пріоритетів, раціонально розподілити обмежені ресурси, сконцентрувати зусилля в конкретній сфері [1].

Інші автори формування цілей розглядають як встановлення параметрів очікуваного найприйнятнішого стану на фіксований момент часу (за певний проміжок часу) у процесі його розвитку з урахуванням динаміки зовнішнього середовища та виробничого потенціалу суб'єктів макроекономічного середовища [1].

На погляд автора дослідження, ціль – бажаний кінцевий результат господарювання, який забезпечує досягнення стратегічних орієнтирів та місії суб'єкта національної економіки.

Цілі, за визначенням Пушкар Р. М. та Тарнавської Н. П., повинні розроблятися для забезпечення місії та їй підпорядковуватися.

Отже, стратегічні цілі суб'єкта харчової промисловості – це встановлення бажаних параметрів стану розвитку господарської діяльності за певний проміжок часу, на досягнення яких спрямована його діяльність з урахуванням підпорядкованості місії, стратегічним орієнтирам і впливу різних факторів макроекономічного середовища. Стратегічні цілі суб'єктів національної економіки повинні бути чітко відкомунікована на всіх рівнях управління.

При формуванні стратегічних цілей у харчовій промисловості необхідно враховувати:

– стратегічні цілі повинні відповідати місії та стратегічним галузевим орієнтирам;



Рис. 2. Модель функціонування та стратегічного розвитку суб'єкта харчової промисловості

Джерело: розроблено автором.

- повинні відноситися до категорії первинних, тому їх необхідно відрізнити від повторних цілей;
- кількість стратегічних цілей не повинна бути достатньо великою;
- стратегічні цілі повинні бути взаємопов'язані між собою, що зумовлено єдністю місії та цілей;

– стратегічні цілі повинні бути гнучкими, тобто залишалася можливість їх корегувати через відповідні зміни у макроекономічному середовищі;

– стратегічні цілі повинні бути досяжними з матеріальної та фінансової точки зору;

– стратегічні цілі повинні бути доступними для контролінгу;

– повинні бути сконцентровані на результат.

Будь який суб'єкт харчової промисловості має систему стратегічних цілей, що визначається внутрішньою структурою, сферою господарювання, розвитком ринку, становищем у національному макроекономічному середовищі, ресурсним забезпеченням тощо.

Необхідно відмітити, що цілі функціонування та стратегічні цілі розвитку можуть суперечити між собою, але повинна існувати чітка ієрархія між ними, тому важливо передбачити їх взаємозалежність та спрямованість на єдину досяжну мету, яка виокремлює бажану модель стану харчової промисловості у майбутньому.

Формулюючи стратегічні цілі розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі необхідно визначати не тільки те, що вони можуть досягти, але і терміни досягнення відповідних результатів. Також важливим моментом при формуванні стратегічних цілей повинна бути їх прийнятність для зацікавлених осіб.

Стратегічні цілі розвитку харчової промисловості є напрями, в яких повинна здійснюватися діяльність первинної господарської ланки. Стратегічні цілі повинні визначати бажаний стан господарської системи, який необхідно досягти через певний проміжок часу.

Ієрархія стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості:

– стратегічні цілі власників – положення на ринку і в суспільстві, приріст капіталу та дивіденди;

– місія суб'єкта – узагальнене призначення і напрямки розвитку;

– стратегічні орієнтири – заплановані економічні та соціальні результати;

– стратегічні цілі управлінського персоналу – положення на ринку і в суспільстві, персональні досягнення, соціальний статус та винагорода;

– стратегічні цілі робітників – особисте становище, задоволеність роботою, кар'єра, досягнення, винагороди.

Основні компоненти стратегічних цілей у харчовій промисловості національного макроекономічного середовища:

– створення доданої вартості;

- економічне зростання;
- соціальна відповідальність;
- ефективність.

У багатьох наукових працях вказується, що основними цілями суб'єктів господарювання в ринкових умовах є економічне зростання та ефективність. У сучасних умовах функціонування суб'єктів харчової промисловості досягнення визначених цілей передбачає передусім зниження витрат пов'язаних з процесом виробництва та реалізації продукції.

Екологічна безпека та збереження довкілля також повинна бути однією з головних стратегічних цілей розвитку харчової промисловості.

Достатньо важливою стратегічною ціллю в умовах ринку є забезпечення стабільної фінансової стійкості у галузевому сегменті національної економіки. Суб'єкти господарювання можуть досягати цієї цілі тільки в тому випадку, якщо у своїй роботі будуть дотримуватися певних принципів і виконувати необхідні послідовні функції.

Важливою метою господарювання у харчовій промисловості є перевищення результатів діяльності над витратами, тобто досягнення більшого чистого фінансового результату або високої рентабельності. Ідеальним з економічної точки зору є таке положення, коли отримання максимального чистого фінансового результату забезпечує і більш високу рентабельність господарської діяльності.

Для досягнення стратегічної цілі, суб'єкти харчової промисловості повинні:

- застосовувати програмно-цільове управління, в межах якого контролюється рівень параметричних показників;
- раціонально використовувати ресурсне забезпечення з урахуванням їх взаємозамінності;
- розробляти стратегію та тактику поведінки суб'єкта, які повинні мати ознаки гнучкості;
- випускати високоякісну готову продукцію, яка задовольняє сучасні потреби споживачів;
- систематично впроваджувати інновації на всіх стадіях господарювання;
- діджиталізація праці та управління;
- задоволення сучасних соціальних потреб працівників;
- забезпечувати конкурентоспроможність у сучасному ринковому середовищі;
- здійснювати гнучку цінову політику;

- якісна орієнтація економічного розвитку;
- систематично впроваджувати інновації на всіх стадіях господарювання.

Необхідно також відмітити, що всі функції суб'єктів господарської діяльності повинні бути спрямовані на реалізацію сформованої стратегії та на досягнення визначених стратегічних цілей.

Стратегічні цілі повинні бути чітко, прозоро сформульовані та доведені до відома виконавців. Для реального виконання стратегічних цілей у харчовій промисловості вони повинні відповідати наступним вимогам: досяжність, вимірність, конкретність, орієнтованість у часі, гнучкість, прийнятність, ієрархічність.

Перелік і орієнтація стратегічних цілей суб'єктів харчової промисловості залежать від характеру й стану національного та (або) міжнародного споживчого ринку.

Моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі сформовано на рис. 3.

Моделювання стратегічних цілей – це основа стратегічного зростання суб'єктів національної економіки. За допомогою моделювання можливо створити поточну та перспективну модель галузевого розвитку, а також сформувати програми переходу з початкового стану на інший, більш ефективніший з урахуванням факторів впливу.

Вибір стратегічної цілі передбачає направлення на її досягнення певної сукупності ресурсного забезпечення, які мають господарюючі суб'єкти харчової промисловості. Як правило, ресурси завжди обмежені, тому суб'єкти галузі повинні визначити, досягнення яких стратегічних цілей забезпечить найбільшу продуктивність використання цих ресурсів під впливом відповідних факторів макроекономічного простору.

Для суб'єктів харчової промисловості обов'язково необхідно знати, які можливості вони мають, щоб у тих або інших умовах цілеспрямовано визначити стратегічні цілі, сформувати максимально продуктивні засоби їх досягнення та організувати сам процес реалізації стратегічних цілей з урахуванням процесів глобалізації та трансформації, які притаманні сьогоденню.

Формування стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі має наступну класифікацію:

- за видами очікуваного ефекту – економічні та соціальні;
- за об'єктами стратегічного управління – стратегічні цілі галузі та господарського сегменту;
- за функціональною спрямованістю – операційні, інвестиційні, фінансові;

- за спрямованістю результатів – внутрішні та зовнішні стратегічні цілі;
- за пріоритетністю значення – головна, базова та допоміжна стратегічна ціль;
- за спрямованістю відтворювального процесу – стратегічні цілі розвитку та реноваційні стратегічні цілі;
- за характером впливу – прямі та підтримуючі стратегічні цілі.

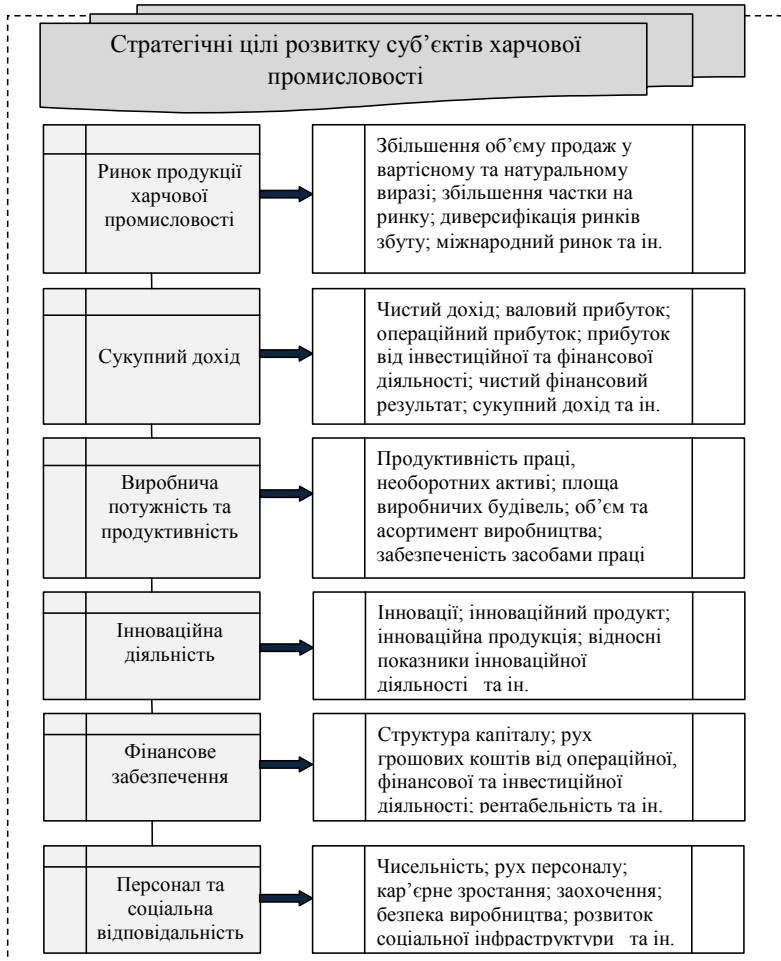


Рис. 3. Моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі

Джерело: розроблено автором.

Класифікація стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі не обмежується наведеними основними ознаками. Як правило, вона може бути доповнена, виходячи зі специфіки суб'єкта дослідження.

Стратегічні цілі застосовуються для орієнтації в процесі прийняття управлінських рішень щодо функціонування та розвитку суб'єкта національного макроекономічного середовища.

Стратегічні цілі мають короткострокову та довгострокову спрямованість. Основні компоненти стратегічних цілей, які мають короткострокову спрямованість: збільшення чистого фінансового результату за рахунок ефективного використання ресурсного забезпечення; оптимізація цінової політики з метою корегування фінансових результатів у поточному періоді; забезпечення оптимального завантаження виробничих потужностей за рахунок організації ефективної системи логістики; забезпечення необхідного рівня продуктивності праці за рахунок відповідної мотиваційної моделі; контролінг якості ресурсного забезпечення та реалізації готової продукції та ін.

На рис. 4 сформовані концептуальні підходи до розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості.

Компоненти стратегічних цілей, які мають довгострокову спрямованість: збільшення сукупного доходу за рахунок впровадження інноваційної діяльності; забезпечення необхідних темпів економічного зростання; забезпечення безперервного процесу відтворення необоротних активів; підвищення конкурентоспроможності продукції харчової промисловості; зниження витрат операційної діяльності; диверсифікація товарної номенклатури та ринків збуту; забезпечення інвестиційної привабливості та ін. Досліджуючи компоненти короткострокових і довгострокових стратегічних цілей, відмітимо, що у харчовій галузі суб'єкти достатньо увазі приділяють зростанню та збільшенню частки на продовольчому ринку.

Розробка стратегії розвитку суб'єктів харчової промисловості починається з визначенням основної мети. Стратегічна мета розвитку суб'єктів галузі формує стратегічні орієнтири, реалізація яких забезпечить перехід його у інший якісний стан, який відповідає інтересам власників та інших зацікавлених осіб.

Запропонований підхід надає можливість дослідити процес розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості, враховуючи систему забезпечення, яка включає принципи, критерії, параметри, обмеження та відповідну спрямованість, фактори впливу та

їх узгодженість, що дозволить виокремити альтернативні шляхи досягнення стратегічних цілей та сформувані методичне і ресурсне забезпечення з метою отримання ефективних результатів за умови заданих параметрів.

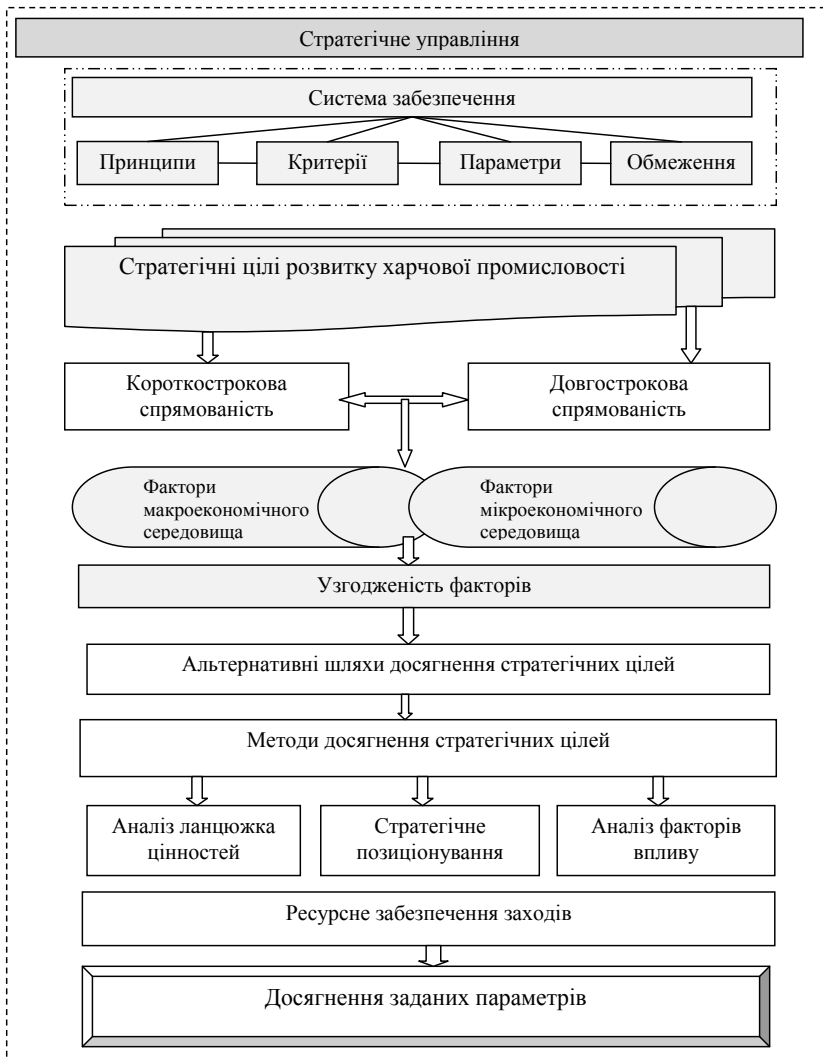


Рис. 4. Концептуальні підходи до розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, забезпечення та реалізація ринкових стратегій у харчовій промисловості може базуватися на певній сукупності наукових елементів системи стратегічного управління. Для виокремлення аналітичного інструментарію необхідно підходити з позиції ситуаційних теорій і визначених управлінських завдань з урахуванням короткострокової та довгострокової спрямованості, забезпечуючи при цьому системний характер реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості.

Сучасне становище та динаміка розвитку харчової промисловості національної економіки показують необхідність застосування інноваційно-інвестиційного підходу до програми формування стратегічних цілей розвитку суб'єктів галузі у національному макроекономічному середовищі заснованого на компетентному підході, який забезпечує здатність до аналізу і синтезу, вирішення проблемних питань, здатність пристосування до непередбачених ситуацій, створювати інновації та приймати ефективні стратегічні рішення в умовах трансформації та глобалізації.

Висновки та пропозиції. Таким чином, моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі показало, що вони можуть полягати в досягненні конкретних рубежів у положенні суб'єктів на ринку, в інноваційно-інвестиційній активності, у економічній ефективності операційної діяльності, продуктивності робочої сили та мотивації персоналу, ступеня соціальної відповідальності тощо.

Харчова промисловість є достатньо перспективним і конкурентоздатним сегментом національної економіки, а її виробничий та експортний потенціал має значний стратегічний вплив на формування валового внутрішнього продукту країни. Тому стратегія розвитку суб'єктів харчової промисловості у національному макроекономічному середовищі має бути комплексною, яка враховує сегментну диференційованість за величиною виробничого та трудового потенціалів і соціальної значущості. Стратегічними цілями розвитку суб'єктів харчової промисловості повинні стати мобілізація капіталу в оновлення необоротних активів та активізації інноваційно-інвестиційної діяльності.

Список використаної літератури

1. Борщ В. І., Соколова О. А. Інноваційна модель розвитку агропромислового комплексу України. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2018. Том 17. Вип. 3 (40). С. 93-111. DOI: 10.18524/2413-9998/2018.3(40).148383

2. Інноваційна економіка : теоретичні та практичні аспекти. Монографія / за ред. д.е.н., доц. Є. І. Масленнікова. Вип. 1 . Херсон : Гринь Д.С., 2016. 854 с.
3. Масленніков Є. І. Методологічні та практичні засади дослідження системи управління фінансовою стійкістю торговельного підприємства Монографія / за ред.Є. І. Масленніков. Одеса : Прес-кур'єр, 2015. 316 с.

Стаття надійшла 05.05.2019 р.

О. А. Шермет,

кандидат экономических наук,
доцент, директор Учебно-научного
института экономики и управления
Национального университета пищевых технологий,
ул. Владимирская, 68, г. Киев, 01601, Украина
e-mail: eiu@doc.nuft.edu.ua

МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЕ

В статье рассматриваются вопросы моделирования стратегических целей развития субъектов пищевой промышленности в макроэкономической среде. Предложена иерархия взаимосвязанности миссии, стратегических ориентиров и целей субъектов пищевой промышленности. Разработана модель функционирования и стратегического развития субъекта пищевой промышленности. Предложено определение основных аспектов, которые необходимо учитывать при формировании стратегических целей в пищевой промышленности. Представлена иерархия стратегических целей развития субъектов пищевой промышленности. Обосновано и предложено моделирование стратегических целей развития субъектов пищевой промышленности в макроэкономической среде. Исследована классификацию стратегических целей развития субъектов пищевой промышленности в макроэкономической среде.

Сформированы концептуальные подходы к разработке программы реализации стратегических целей в пищевой промышленности. Предложенный подход позволяет исследовать процесс разработки программы реализации стратегических целей в пищевой промышленности, учитывая систему обеспечения, которая включает принципы, критерии, параметры, ограничения и соответствующую направленность, факторы влияния и их согласованность, что позволит выделить альтернативные пути достижения стратегических целей и сформировать методическое и ресурсное обеспечение с целью получения эффективных результатов при заданных параметрах.

Ключевые слова: стратегия; развитие; стратегические цели; моделирование; пищевая промышленность; макроэкономическая среда.

O. O. Sheremet,

PhD in Economics,

Associate Professor,

Director of the Education and Research Institute

of Economics and Management of the

National University of Food Technologies,

street Vladimirskaya, 68, Kyiv, 01601, Ukraine

e-mail: eiu@doc.nuft.edu.ua

MODELING THE STRATEGIC OBJECTIVES OF THE FOOD INDUSTRY SUBJECTS IN THE MACROECONOMIC ENVIRONMENT

The article deals with the questions of modeling strategic goals of development of food industry subjects in the macroeconomic environment. A hierarchy of interconnected missions, strategic benchmarks and goals of food industry actors has been formed. The model of functioning and strategic development of the subject of the food industry is developed. It is proposed to identify the main aspects that need to be taken into account when formulating strategic goals in the food industry. A hierarchy of strategic goals for the development of food industry subjects is presented. The classification of strategic goals of development of food industry subjects in the macroeconomic environment is researched.

The methodological basis of the paper is the complex of methods, including methods of scientific cognition, analysis and synthesis, systematization and scientific abstraction. The information basis of the conducted researches is the scientific work of domestic and foreign scientists in the field of realization of market strategies in the subjects of the national economy.

The conceptual approaches to the development of a program for the implementation of strategic goals in the food industry are formed. The proposed approach provides an opportunity to explore the process of developing a program for the implementation of strategic goals in the food industry, taking into account the provision of a system that includes principles, criteria, parameters, constraints and appropriate direction, factors of influence and their coherence, which will allow to identify alternative ways to achieve strategic goals and form methodological and resource support for the purpose of obtaining effective results subject to specified parameters.

Practical importance of the modeling of strategic goals of development of food industry subjects in the macroeconomic environment is substantiated and proposed.

Key words: strategy; development; strategic goals; modeling; food industry; macroeconomic environment.

References

1. Borshch, V. I. & Sokolova, O. A. (2018). Innovatsiina model rozvytku ahropromyslovoho kompleksu Ukrainy [Innovative model of Ukrainian agricultural sector's development]. *Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka. – Market economy: modern management theory and practice*. Vol. 17, Issue 3 (40). Pp. 93-111. DOI: 10.18524/2413-9998/2018.3(40).148383[in Ukrainian].
2. Maslennikov, Ye. I. (2016). Innovatsiina ekonomika : teoretychni ta praktychni aspekty [Innovation economy : theoretical and practical bases]. Kherson : Hryn D. S. [in Ukrainian].
3. Maslennikov, Ye. I. (2015). Metodolohichni ta praktychni zasady doslidzhennia systemy upravlinnia finansovoiu stiikistiu promyslovoho pidpryiemstva [Methodological and practical bases of research of enterprise's business solvency management system]. Odessa : Pres-kurier. [in Ukrainian].