

цінності для споживачів його продукції, що створює можливості більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їхньої діяльності. Внутрішні – це характеристика внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів.

Саме врахування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, знання сильних і слабких сторін підприємства є основою досягнення конкурентних переваг сільськогосподарського підприємства.

Тому необхідно зазначити, що конкурентні переваги дають здатність підприємству якнайкраще застосувати свої обмежені ресурси, досягаючи більш вигіднішого і тривалого положення на ринку, ніж конкуренти. Тобто необхідно визначати, куди краще спрямовувати ресурси та які потенційні можливості підприємства слід розвивати, щоб забезпечити високий рівень його конкурентоспроможності.

Крім загальнонаукових, загальноприйнятих методів ведення конкурентної боротьби, особливого значення набувають інноваційні підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємства. Так, потужні вітчизняні підприємства починають приділяти особливу увагу покращенню рівня корпоративної соціальної відповідальності, як можливого заходу забезпечення конкурентоспроможності шляхом підвищення репутації підприємства, тобто сприйняття компанії, її корпоративного бренду цільовими аудиторіями.

Дослідження 2017 року Global RepTrak 100 підтверджує, що серед трьох ключових факторів, що впливають на репутацію компанії, є саме соціальна відповідальність [3].

Проведені теоретичні дослідження дають підстави стверджувати, що своєрідним вираженням конкурентоспроможності аграрного підприємства є його конкурентний статус у ринковому конкурентному середовищі та у конкурентній боротьбі.

Список використаних джерел:

1. Близнюк С.В, Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. Інвестиції: практика та досвід. 2011. №7. С. 41–42.
2. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. К. 2006. 160 с.
3. The World's Most Reputable Companies. URL: <https://reputationcapital.blog/2017/04/lidery-korporativnoy-reputacii-2017-ana>.

Хілуха О. А., к.е.н., доцент
Адамюк А. О., студент
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Значні швидкі зміни у ринковій економіці висувають нові вимоги до

сучасних підприємств, що стимулюють їх до використання та планування таких стратегій, які б враховували не лише специфіку промисловості, а й нові методи виробництва, використовували інноваційні технології, покращували систему управління виробничою діяльністю. А тому розробка правильної та чіткої стратегій управління виробничою діяльністю підприємств лісового господарства є надзвичайно актуальним в сучасних умовах.

Зростання рівня конкуренції, глобалізація економічних процесів обумовили необхідність стратегічного мислення щодо процесів управління виробничою діяльністю, базою якого повинно бути ефективний, цілеспрямований, максимально можливий подальший розвиток лісгосподарських підприємств.

Вважаємо, що стратегія управління виробничою діяльністю підприємств лісового господарства повинна характеризувати набір дій, методів та норм, наявність можливих ресурсів, їх раціональне використання для досягнення поставлених цілей. При цьому наявна стратегія повинна враховувати і можливість модифікації відповідно до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, бути готовою вчасно адаптуватися до неврахованих майбутніх обставин, взаємопов'язаною з минулими показниками, чинниками, відповідати базовим завданням підприємства тощо [1].

Формування подальшої стратегії виробничої діяльності лісгосподарських підприємств повинна враховувати такі показники як гнучкість виробничої діяльності та ймовірність її подальшого розвитку. У результаті впровадження такої моделі можуть виникнути ризики невчасного постачання продукції, невідповідності лісопродукції основним технологічним і організаційно-економічним показникам, оптимального розміру вкладень інвестиційних ресурсів тощо [1].

Для розробки ефективної виробничої стратегії потрібно мати достовірну інформацію про наявний стан ринку, рівень конкуренції на ньому, зміну попиту та пропозиції, чинників, які впливають на ці зміни, переваги та недоліки діяльності досліджуваного підприємства.

Підприємство в своїй діяльності може використовувати одночасно кілька стратегій, які можуть бути тісно взаємопов'язані та швидко адаптуватись до можливих прогнозованих чи непрогнозованих ринкових змін.

Важливо зазначити, що для всіх лісгосподарських підприємств обрання однієї стратегії не можливо навіть при визначенні якогось одного показника, приміром, прибутку. Тому фахівці при розробці виробничої стратегії повинні враховувати масштаби діяльності, наявні ресурси, попит на свою продукцію, місткість та сегмент ринку, споживачів тощо. Реалізація стратегії повинно призвести до вирішення економічних, соціальних, екологічних та суспільних завдань, які стосуються лісової промисловості. Такими стратегіями є:

1. Стратегія переорієнтації виробництва використовується за умови низького попиту на продукцію підприємства та досить невисоким рівнем прибутку. За таких умов важливим є вчасно прийняти рішення про кардинальні зміни в діяльності підприємства. Це може призвести до виходу на нові ринки та одержання прибутку. Важливо відмітити, що вихід на нові ринки можливий лише

за умови переорієнтації виробництва чи розробки нового товару, що потребує додаткових економічних, організаційних, технічних та ін. затрат. Крім того використання стратегії переорієнтації виробництва доцільно використовувати в межах однієї номенклатурної групи або ж повного асортименту продукції.

Зазначимо, що за таких умов традиційні продукти, які виробляє підприємство, знаходяться на стадії спаду життєвого циклу. При цьому підприємство характеризується наявністю кваліфікованого персоналу, може швидко переорієнтуватися на нові виробництва, які тотожні з основним профілем діяльності підприємства [1].

За умови розробки та впровадження нових продуктів, які не збігаються з традиційним профілем діяльності підприємства, може виникнути ризик низького рівня виробництва та обсягів реалізації на існуючих ринках.

2. Стратегія стабілізації виробництва може використовуватися за умови середнього попиту на продукцію, при цьому прибутки підприємства характеризуються також невисоким рівнем доходу. Така ситуація для підприємства є цілком прийнятною, є характерною протягом нетривалого певного періоду час. За такої виробничої стратегії підтримується існуючий рівень виробництва, видатки на подальший розвиток є мінімальними.

3. Стратегія повної спеціалізації використовується підприємствами за умови високого рівня прибутковості та високих темпів зростання попиту. Важливим є вчасна концентрація уваги на виробництві одного виду продукції – найбільш перспективного, що забезпечує мінімізацію витрат та утримання позицій лідера. При цьому актуальним є правильно спрямована увага на обрані сегменти ринку.

4. Стратегія унікальності виробництва використовується підприємствами за умови високого рівня прибутковості та низького рівня попиту на товари, адже ціни на даний товар є досить високими, обсяги виробництва обмеженими. Товар, що виготовляється підприємством, з використанням стратегії унікальності виробництва є особливим, унікальним, полягає у рідкості, специфічних характеристиках, універсальності застосування тощо. Особливість унікального товару полягає у тому, що він відрізняється від конкуруючих дизайном, іміджем, неповторністю, використанням у виробництві матеріалів високої якості тощо. Підприємство, посередники отримують високий рівень доходу, а особливість та неповторність продукту послаблює вплив великих клієнтів.

5. Стратегія диверсифікації характеризується середніми значеннями прибутку за низького попиту на товар. За таких умов важливим є збільшення рівня попиту на продукцію, що виготовляється. Цього можна досягти шляхом диверсифікації. Використання даної стратегії є актуальним для одного асортиментного ряду та полягає в різноманітності, що забезпечується розширенням галузевого діапазону діяльності підприємства.

6. Стратегія обмеженої спеціалізації виробничого процесу. Використання вказаної стратегії є характерним при високому рівню доходу та середньому рівню попиту. Особливість використання даної стратегії зводиться до того, що підприємство покращує якість товарів, але зменшує асортимент для певного сегменту ринку. Ціна за таких умов також зростає через вищу якість.

7. Стратегія модифікації виробництва характеризується низьким рівнем прибутку та середнім рівнем попиту на продукцію підприємства. При впровадженні даної стратегії актуальним є використання інноваційних технологій, розробка та впровадження якісно нового товару. Пропонована продукція на ринку буде завжди актуальною та попит на таку продукцію зростатиме.

8. Стратегія інтенсифікації використовується підприємствами при середньому рівні прибутковості та високому рівні попиту. Зростання рівня прибутковості можна досягти шляхом збільшення обсягів виробництва, що можливі при покращенні чи модифікації існуючого товару.

9. Стратегія інноваційних перетворень виробництва (виробничих технологій) є оптимальною для використання лісогосподарськими підприємствами за умови низького рівня прибутковості та високого рівня попиту. Збільшення прибутку можна досягти за рахунок виробництва наукомісткої продукції інноваційного характеру [2, 3, 4].

Таким чином, виробнича стратегія спрямована на використання і розвиток усіх виробничих потужностей для досягнення стратегічної конкурентної переваги. Особливість такої стратегії полягає в тому, що системно використовує й інші види діяльності лісогосподарського підприємства (маркетингова, фінансова, інноваційна, інвестиційна діяльність, діяльністю персоналу тощо), які створюють умови для оновлення та подальшого розвитку виробництва.

Список використаних джерел:

1. Волинець І. Г. Управління виробничою діяльністю підприємств лісового господарства на засадах гнучкості : дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2016. 238 с.
2. Ковтун О. І. Стратегія підприємства : навч. посібник [3-тє вид.]. Львів : „Новий світ – 2000”, 2007. 324 с.
3. Сумець ОМ., Тумар М. Б. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека : навч. посібник. – К. : „Хай-Тек Прес”, 2008. 400 с.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : Підручник. [2-ге вид., перероб. і доп.]. К. : КНЕУ, 2004. 699 с.

Ціжма О. А., пошукувач
Науковий керівник: Алексеєнко Л. М.,
д.е.н., професор
Івано-Франківський навчально-науковий
інститут менеджменту

Тернопільського національного економічного
університету, м. Івано-Франківськ, Україна

ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИ ВИБОРІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Ефективність процесів розподілу і використання фінансових ресурсів для формування трудового потенціалу передбачає прийняття рішень щодо досягнення оптимальності та ефективності їх використання. При виборі інноваційного напрямку розвитку економіки кожен працівник, окремі групи і суспільство в