

Л .В. Запашук

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Фактори формування виробничої стратегії підприємства

max_zap@ukr.net

У сучасних умовах розвитку економічної системи нашої держави, виробничим підприємствам стає все важче відстоювати свої конкурентні позиції на ринку товарів та послуг тому, що не на всіх підприємствах приділяється достатньо уваги стратегічному управлінню і плануванню. Власники підприємств повинні більше уваги приділяти розв'язанню стратегічних завдань, які забезпечать підвищення технологічного, технічного рівня виробництва, більш оптимального використання виробничих можливостей і випуску конкурентоспроможного товару.

Широке коло питань, пов'язаних з дослідженнями щодо формування виробничої стратегії знайшли відображення у роботах багатьох вчених-економістів, таких, як Д. В. Арутюнова, Т. В. Омеляненко, М. Г. Саєнко, З. Є. Шершньова [1-4] та ін. Огляд наукових публікацій свідчить про те, що питання вибору виробничої стратегії в залежності від різноманітних факторів залишаються актуальними і потребують подальшого вивчення.

Метою дослідження є визначення основних факторів впливу на формування виробничої стратегії підприємства.

Виробнича стратегія у наукових працях розглядається, переважно, як спосіб, у який бізнес-одиниця застосовує виробничі ресурси і ефективно використовує свій виробничий потенціал для втілення корпоративної стратегії. Так, наприклад, Д. В. Арутюнова трактує виробничу стратегію як підсистему корпоративної стратегії, яка представлена у вигляді довгострокової програми конкретних дій зі створення і реалізації продукту організації [1].

На думку Т. В. Омеляненко [2] виробнича стратегія – це одна з функціональних стратегій підприємства, що являє собою комплекс взаємозв'язаних рішень щодо того, як з технологічної, економічної, організацій-

ної та ресурсної точок зору має бути організована нова чи змінена наявна виробнича діяльність підприємства з метою досягнення ним стратегічних конкурентних переваг. З. Є. Шершньова [4] вважає, що виробнича стратегія – це функціональна стратегія створення та розвитку висококонкурентного виробничого потенціалу підприємства та системи управління ним, що втілюється у вигляді виробничої підсистеми певного типу, призначеної для випуску конкурентоспроможних продуктів. Виробнича стратегія існує у вигляді довгострокової програми або плану.

Формування виробничої стратегії підприємства напряму пов'язане зі створенням конкурентних переваг, конкурентоспроможного продукту та виробничим потенціалом підприємства. Це означає, що виробнича стратегія повинна базуватися, перш за все, на внутрішніх резервах підприємства та цілком відповідати загальній (корпоративній) його стратегії.

Виробничу стратегію можна розглядати як складову частину загального процесу планування, що забезпечує відповідність завдань виробництва завданням більш широкої організаційної структури. Оскільки завдання останньої з часом мають тенденцію змінюватися, виробнича стратегія також повинна розроблятися з врахуванням можливих майбутніх змін потреб покупців. Саме тому, при визначенні виробничої стратегії підприємства необхідно враховувати ряд параметрів, таких як [4]:

- обсяги продукції, виробництво яких необхідно забезпечити в певний період часу (тобто виробничі потужності та виробничий потенціал);
- розриви між наявними та потрібними характеристиками виробничих процесів для забезпечення запланованого випуску продукції;
- масштаби виробничого потенціалу, рівень його гнучкості;
- швидкість перетворень виробництва та адаптації необхідних інновацій до реальних умов діяльності підприємства, з метою забезпечення його існування в довгостроковій перспективі;
- досягнення певних рівнів витрат на виробництво та створення певного обсягу доданої вартості.

Досить вагому роль при формуванні виробничої стратегії підприємства відіграють такі чинники, як обсяги необхідних капітальних вкладень потрібних для здійснення перетворень у виробничому процесі; час, необхідний для своєчасного переходу до випуску нової продукції; оцінювання відносної споживчої вартості існуючої та нової продукції; цінові стратегії, сформовані для різних продуктово-товарних стратегій; техніко-організаційний рівень виробництва та рівень конкурентоспроможності виробничого потенціалу (у розрізі окремих ресурсів, їхніх структурних характеристик і цільової оцінки); інноваційна здатність управлінського персоналу; рівень впливу складових середовища прямого впливу (конкуренти, партнери, постачальники та ін.) на витратно-часові параметри виробничих стратегій тощо.

Таким чином, у сучасних ринкових умовах під час розробки та впровадження виробничої стратегії підприємства необхідно враховувати фактори зовнішнього середовища і зважати на те, що виробнича діяльність органічно пов'язана з іншими видами діяльності підприємства (маркетинговою, фінансовою діяльністю, діяльністю служби персоналу). Тому процес взаємоузгодженості виробничої стратегії із іншими функціональними стратегіями належить до пріоритетних напрямів подальших досліджень.

Література

1. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент. Учебное пособие / Д. В. Арутюнова. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
2. Омеляненко Т. В. Виробнича стратегія підприємства: монографія / Т. В. Омеляненко. – К. : КНЕУ, 2013. – 277 с.
3. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: навч. посіб. / М. Г. Саєнко. – Тернопіль : ТАЙП, 2010. – 223 с.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник. – 3-тє вид., перероб. і доп. / З. Є. Шершньова. – К. : КНЕУ, 2009. – 699 с.