

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ РЕСУРСІВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Білявський Валентин

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2129-1524>

Реалізація концепції стратегічного управління підприємством можлива лише за умови, коли підприємство є стратегічно орієнтованою. Стратегічно орієнтоване підприємство – це таке підприємство, в якому працівники мають стратегічне мислення, застосовують підсистему стратегічного планування, що в перспективі дає змогу розробляти й використовувати інтегровану підсистему стратегічного планування, а також де поточна або повсякденна діяльність, підпорядкована досягненню стратегічних цілей.

Відсутність на підприємстві стратегічного планування має ряд недоліків:

- відсутність можливості враховувати зовнішні й внутрішні фактори, що формують зміни;
- відсутність можливості отримати необхідну базу для прийняття стратегічних та тактичних управлінських рішень;
- неможливість забезпечення динамічності змін через прискорення практичних дій щодо реалізації стратегічних планів;
- відсутність чітко сформульованої місії підприємства;
- для підприємства не розроблена стратегія його функціонування й розвитку;
- керівництво не підпорядковує всю діяльність підприємства досягненню стратегічних цілей тощо.

З метою забезпечення належного рівня конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності підприємства пропонується розробити стратегію оптимізації ресурсів (ресурсозбереження). Під стратегією ресурсозбереження слід розуміти певний комплекс принципів й факторів (методів та заходів, що забезпечують зниження витрат сукупних ресурсів на одиницю корисного ефекту конкретного товару).

Стратегія ресурсозбереження передбачає сукупність заходів для ощадливого й ефективного використання усіх факторів виробництва, загальна властивість яких складається в потенційній можливості їхньої участі у виробництві (виробничі ресурси) й у споживанні (споживчі ресурси). Ресурсозбереження означає використання усіх видів ресурсів (матеріальних, трудових, природних, фінансових тощо) для вирішення задач економічного й соціального розвитку.

Впровадження стратегії оптимізації ресурсів має забезпечити вирішення існуючих проблем та вдосконалити роботу підприємства загалом.

Зокрема, стратегія оптимізації ресурсів передбачає аналіз наявних ресурсів підприємства; проведення попередньої оцінки ефективності використання всіх ресурсів; аналіз факторів, що впливають на розраховану ефективність; виявлення причин, які могли спричинити зниження її ефективності; розробка планових показників, досягнення яких передбачається при упровадженні даної стратегії; визначення системи показників, за якими буде здійснюватися оптимальний набір ресурсів та визначення ступеню їх оптимальності.

Принципами розробленої стратегії повинні бути такі:

- збільшення частки ресурсозберігаючих технологій;
- аналіз використання ресурсів на всіх стадіях створення об'єкту;
- розвиток методів аналізу, прогнозування, оптимізації та стимулювання покращення використання ресурсів.

Зробивши аналіз використання ресурсів і визначивши ефективність їх використання за декілька років, необхідно вирішити проблему взаємодії цих ресурсів у процесі виробництва і питання їх найбільш оптимального сполучення.

Усі проблеми, пов'язані з виробництвом продукції на підприємстві, можуть бути розділені таким чином:

- проблема короткострокової мінімізації витрат;
- проблема короткострокової максимізації прибутку (визначення оптимальної кількості виробленого продукту);
- проблема довгострокової максимізації прибутку (з'ясування найбільш оптимальних розмірів підприємства).

Отже, необхідно розглянути процес виробництва у проекції довгострокового й короткострокового періодів.

Не викликає ніякого сумніву, що для виробництва продукції підприємству необхідна взаємодія усіх факторів або ресурсів виробництва, і жоден з них окремо не здатний виробити продукт й принести доход. Однак неможливо визначити, наскільки продукт зобов'язаний своїм створенням тому чи іншому фактору виробництва. Оскільки у процесі виробництва усі фактори безупинно взаємодіють між собою, доповнюють одна одну, а іноді й замінюють один одного з дотриманням визначеної пропорційності між ними. Особливо це стосується сфер торгівлі та надання послуг, тобто нематеріального виробництва.

Як уже говорилося, у довгостроковому аспекті підприємство здатне змінити кількість усіх ресурсів, які воно використовує [1]. Тому важливо розглянути, яка сукупність ресурсів дасть перевагу підприємству, якщо всі її ресурси є змінними.

На даному етапі дослідження, у фокусі знаходяться такі питання, як:

- Якою має бути сукупність ресурсів для виробництва (рівня обсягу продукції з найменшими витратами)?
- Яка сукупність ресурсів має максимізувати прибуток підприємства?

Правило найменших витрат дотримується в тому випадку, коли остання гривня, витрачена на кожен ресурс, дає однакову віддачу, тобто однаковий граничний продукт. Коли віддача усіх факторів є однаковою, то задача їхнього перерозподілу відпадає, тому що немає ресурсів, що приносять більший розмір доходу порівняно з іншим. Виробник знаходиться у стані рівноваги. У цьому стані досягається оптимальна комбінація факторів виробництва, що забезпечує максимізацію випуску продукції.

Щоб максимізувати прибуток, недостатньо мінімізувати витрати [2]. Існує безліч різних рівнів виробництва, при яких підприємство може виробляти продукцію із найменшими витратами. Але є один єдиний рівень обсягу виробництва, при якому максимізується прибуток. У цьому випадку необхідно, щоб граничні продукти усіх факторів виробництва у вартісному вираженні були відповідні цінам, чи щоб кожен ресурс використовувався до тої пори, доки його граничний продукт у грошовому вираженні не стане дорівнює його ціні.

Таким чином, підвищення ефективності діяльності підприємства та його конкурентоспроможності у рамках досліджуваної стратегії можливе в результаті розробки та реалізації організаційно-технічних заходів, в яких комплексно будуть задіяні фактори ресурсозбереження.

Список використаних джерел:

1. Білявська Ю.В., Білявський В.М. Управління талантами в епоху глобальної нестабільності. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2022. Вип. 52. С. 68–74.

2. Biliavska, Yu., Mykytenko, N., Romat, Ye., & Biliavskyi, V. (2023). Category management: Industry vs trade. *Scientific Horizons*, 26 (1), 129–150.

РЕКЛАМА ЯК РУШІЙНА СИЛА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Бойко Галина

к.т.н., доцент кафедри товарознавства, стандартизації та сертифікації

Херсонський національний технічний університет, м. Хмельницький,

Україна

ORCID:<https://orcid.org/0000-0001-8773-5525>

Лужних Інеса

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Херсонський національний технічний університет, м. Хмельницький,

Україна

ORCID:<https://orcid.org/0009-0008-4255-346X>

Реклама, безумовно, виступає як потужна рушійна сила сучасного підприємництва, оскільки вона не лише створює унікальний ідентифікатор