

- expand the range of products and range of services;
- improve the quality of management;
- improve the efficiency and effectiveness of workers and improve the welfare of the population through the introduction of corporate social responsibility programs;
- communicate information about the activities and the current state of the enterprise to target audiences by all communication channels (for example, an effective social disclosure method for the company's corporate social activity is annual social reporting);
- improve the external and internal relations of the enterprise with target audiences.

In addition, management theory suggests that CSR positively affects the effectiveness of human relations management. According to the Cochran study, the management of the company, which has good relations with the staff, can reduce staff turnover rates and increase motivation. It is important that this positive aspect of the company's CSR can create additional competitive advantages in attracting the best specialists.

Д. В. Завертаний

асп.

науковий керівник: к.е.н., доц. А. В. Андрейченко

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується поєднанням складних і суперечливих процесів глобалізації бізнесу, обмеженості ресурсів, прискорення технологічних нововведень, внаслідок чого відзначається посилення конкуренції. Ускладнилися проблеми виробництва і розподілу, до них додалися аналіз можливостей технологічних проривів, структурних змін економіки і ринку. Все це призвело до підвищення ролі вирішення стратегічних завдань, що постають перед підприємствами.

Інтеграційні процеси України в європейське і світове економічне співтовариство активізували питання конкурентоспроможності національної продукції, а відповідно, й хлібопекарських підприємств. Саме конкурентоспроможність як економічна категорія синтезує у собі якість продукції та ціну, товарну політику, маркетинг, економічний потенціал хлібопекарського підприємства та рівень його виробництва. Під конкурентоспроможністю підпри-

ємства розуміють його здатність успішно функціонувати в умовах конкурентного середовища. Вибір стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств має бути спрямований на досягнення саме такої мети.

Запорукою успіху є ефективність використання ресурсного потенціалу та ринкові вміння ведення конкурентної боротьби, які можуть вплинути на формування довгострокової конкурентної переваги хлібопекарського підприємства що й лежить в основі конкурентної стратегії [1, с. 7].

Як наслідок, саме виокремлення особливостей формування та вибору ефективних конкурентних стратегій хлібопекарських підприємств, на основі їх стратегічного потенціалу, дозволить забезпечити високу економічну ефективність їх діяльності та запровадити стійкі конкурентні позиції на внутрішніх і зовнішніх ринках хлібопекарської продукції у довгостроковій перспективі.

Метою дослідження є виокремлення особливостей формування конкурентних стратегій хлібопекарських підприємств під впливом ринкової кон'юнктури в умовах розвитку ринкових відносин.

В умовах нестійкого економічного середовища формування конкурентної стратегії хлібопекарного підприємства повинно враховувати не лише особливості налагодження процесу виробництва продукції відповідної якості або використання тієї чи іншої цінової стратегії, а й враховувати немінучі зміни ринкової кон'юнктури за допомогою аналізу їх впливу на інші підприємства хлібопекарської галузі, на рівень їх ринкового потенціалу у цілому.

Сутність конкурентних переваг здебільшого проявляється через такі характеристики, як: здатність хлібопекарського підприємства ефективно розподіляти ресурси, досягаючи більш стійкого і тривалого положення на ринку, ніж конкуренти; сукупність характеристик, властивостей, ресурсів, цінностей, якими володіє підприємство і які забезпечують йому перевагу над конкурентами; ефективніше управління процесами формування і розвитку якісних і кількісних властивостей продукту, що мають цінність для покупця.

На нашу думку, процес формування конкурентної стратегії хлібопекарним підприємством можна поділити на два етапи: створення стратегії та виконання стратегії.

На етапі створення стратегії хлібопекарське підприємство визначає стратегічні можливості та своє бачення майбутнього ринку завдяки проведенню ситуаційного аналізу. Важливо зазначити, що на перехід від ситуаційного аналізу до вибору стратегічних можли-

востей та формування бачення свого місця на ринку у майбутньому впливають різноманітні стратегічні виклики, завдання, що постають перед підприємством, а також наявність розуміння сильних та слабких сторін підприємства його менеджментом.

Етап виконання стратегії є більш комплексним та тривалим. Він складається із блоку узгодження наявних особливостей внутрішнього середовища хлібопекарного підприємства: визначення ключових показників, структури бізнес-процесів, організаційної культури та кадрового потенціалу. Важливим є те, що перехід до даного блоку є можливим тільки після вибору стратегічних пріоритетів, та визначення наявних стратегічних розривів, які утворюються унаслідок невідповідності дійсного потенціалу підприємства обраним стратегічним пріоритетам.

Таким чином, основним фактором впливу на формування конкурентної стратегії хлібопекарського підприємства є ринок з реальними споживчими потребами, задовольнити які воно може, здійснюючи виробництво відповідної продукції та сформувавши налагоджену систему постачання та збуту.

Література:

1. Бельтюков Є. А., Некрасова Л. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності [Електронний ресурс]/ Є. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова// Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2014. – № 2 (12). – Режим доступу: <http://www.economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html>.
2. Шершньова З.Є. Стратегічне управління [Текст]/ З. Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
3. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст]/ Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. – 287 с.
4. Сітковська А. О. Формування конкурентної стратегії аграрного підприємства [Текст]/ А. О. Сітковська// Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. – № 8 (12). – С. 131-134.

Е. В. Кривенко

асп.

научний керівник: д.э.н., доц. Е. И. Масленников

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях развития экономики все большего значения приобретает конкурентоспособность предприятия. Конкурентоспособность предприятия можно определить как комплекс