



Galina Tarasiuk
D.Sc. (Economics), Associate Professor,
Zhytomyr State Technological University,
103 Cherniahovsky Str., Zhytomyr, 10002, Ukraine
galinatar@ukr.net

UDC 658:005.52:664.66



Anhelina Korniiuchuk
Lecturer,
Zhytomyr State Technological University,
41 Nebesna Sotnia Str., Zhytomyr, 10029, Ukraine
kornangelina@gmail.com

Strategic diagnostics of production potential of bread-baking industry enterprises of Zhytomyr region

Abstract. Modern trends of the development of Ukrainian economy force to pay greater attention to industries which provide food safety of the country. The bread-baking industry occupies an important place among them. To provide its further existence, it is necessary to apply administrative procedures to the determination of perspective possibilities of its development. Strategic diagnostics of an enterprise, as a constituent of strategic management process, is a complex research of external and internal environment elements. The authors have carried out strategic diagnostics of the production potential of Zhytomyr region's bread-baking industry enterprises. It is based on the study of the internal environment of five bread-baking producers in 2010-2015 with regard to their development in the external environment. The implementation of the strategic diagnostics results enables to define the compliance of production potential with strategic activity benchmarks, to identify strategic directions and to provide further prospects of functioning.

Keywords: Strategic Diagnostics; Production Potential; Enterprise; Bread-baking Industry

JEL Classification: D29; L21; M21

DOI: <http://dx.doi.org/10.21003/ea.V159-16>

Тарасюк Г. М.

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту організацій і адміністрування, Житомирський державний технологічний університет, Житомир, Україна

Корнійчук А. А.

асистент, кафедра економіки підприємства, Житомирський державний технологічний університет, Житомир, Україна

Стратегічна діагностика виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі Житомирської області

Анотація. У статті визначено сучасні тенденції розвитку хлібопекарської галузі України в цілому та Житомирської області зокрема. Обґрунтовано, що стратегічна діагностика підприємства як складова процесу стратегічного управління є комплексним дослідженням елементів зовнішнього та внутрішнього середовища. Авторами запропоновано та здійснено стратегічну діагностику виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі Житомирської області, який ґрунтується на дослідженні внутрішнього середовища виробників з урахуванням умов їхнього розвитку в середовищі зовнішньому. Реалізація запропонованого процесу дає змогу визначити відповідність виробничого потенціалу стратегічним орієнтирам діяльності, ідентифікувати стратегічні розриви та забезпечити формування подальших перспектив функціонування.

Ключові слова: стратегічна діагностика; стратегічна діагностика виробничого потенціалу підприємства; хлібопекарська галузь.

Тарасюк Г. Н.

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой менеджмента организаций и администрирования, Житомирский государственный технологический университет, Житомир, Украина

Корнейчук А. А.

ассистент, кафедра экономики предприятия, Житомирский государственный технологический университет, Житомир, Украина

Стратегическая диагностика производственного потенциала предприятий хлебопекарной отрасли Житомирской области

Аннотация. В статье определены современные тенденции развития хлебопекарной отрасли Украины в целом и Житомирской области в частности. Обосновано, что стратегическая диагностика предприятия как составляющая процесса стратегического управления является комплексным исследованием элементов внешней и внутренней среды. Авторами предложена и осуществлена стратегическая диагностика производственного потенциала предприятий хлебопекарной отрасли Житомирской области, которая основана на исследовании внутренней среды производителей с учетом условий развития в среде внешней. Реализация предложенного процесса позволяет определить соответствие производственного потенциала стратегическим ориентирам деятельности, идентифицировать стратегические разрывы и обеспечить формирование дальнейших перспектив функционирования.

Ключевые слова: стратегическая диагностика; стратегическая диагностика производственного потенциала предприятия; хлебопекарная отрасль.

1. Постановка проблеми

Хлібопекарська галузь є важливою складовою стратегічної та продовольчої безпеки України. Проте поточний стан її розвитку характеризується зменшенням кількості спеціалізованих виробників, падінням обсягів виробництва, збитковістю суб'єктів господарювання, неможливістю оновити застрілу матеріально-технічну базу

та розширити номенклатуру виробів у відповідності до потреб ринку та сучасних тенденцій розвитку галузі хлібопечення. Причиною перебування галузі в такому стані є відсутність застосування на підприємствах комплексного підходу щодо дослідження їх діяльності, що призводить до ведення господарської діяльності без урахування можливостей використання наявного потенціалу

в сучасних умовах господарювання. Формувати й коригувати стратегію діяльності підприємства з урахуванням виявлених можливостей розвитку, проводити діагностичні та контрольні заходи для визначення й ліквідації стратегічних розривів, адаптувати діяльність у відповідності до визначених цілей та прогнозувати майбутні перспективи розвитку є завданнями процесу стратегічної діагностики [1; 2; 3].

Призначення стратегічної діагностики полягає в дослідженні діяльності підприємства щодо стану, стратегічної відповідності та пошуку можливостей підвищення рівня його розвитку. Проведене анкетування виробників хлібобулочної продукції Житомирської області дало змогу визначити, що в практиці управління більшості підприємств стратегічне управління відсутнє. Відтак для здійснення господарської діяльності підприємств галузі на засадах стратегічного управління є необхідність у виокремленні та дослідженні такого об'єкта стратегічної діагностики, який системно поєднує складові потенціалу підприємства, забезпечує взаємозв'язок внутрішнього та зовнішнього середовища діяльності, а ефективне використання його забезпечить досягнення стратегічних орієнтирів розвитку.

Діяльність підприємств в ринкових умовах призводить до необхідності врахування факторів зовнішнього середовища для визначення дієвої стратегії формування й використання потенціалу внутрішнього середовища. Використовуючи системний підхід до аналізу внутрішнього середовища підприємства, його визначають як виробничий потенціал [4].

Виробничий потенціал являє собою систему, оскільки його структуроутворюючі елементи виступають потенціалами нижчих рівнів. Отже, для формування процесу стратегічної діагностики необхідно виокремити основні складові виробничого потенціалу, що допоможе визначити стратегічну відповідність розвитку підприємства та резерви підвищення ефективності використання ресурсів.

2. Аналіз останніх досліджень і публікацій

Наукові праці [1; 3; 5–6] присвячені розгляду стратегічної діагностики підприємства стосуються обґрунтування її сутності, місця в системі стратегічного управління, визначення завдань та процесу реалізації. Аналіз зазначених праць виявив, що основними етапами процесу стратегічної діагностики підприємства є:

- 1) етап 1: діагностика цілей діяльності підприємства, аналіз зовнішнього середовища функціонування;
- 2) етап 2: діагностика внутрішнього середовища діяльності підприємства, визначення стратегічних розривів між встановленими цілями і досягнутим рівнем розвитку;
- 3) етап 3: пошук можливостей подальшого розвитку, встановлення орієнтирів ефективної діяльності підприємства;
- 4) етап 4: коригування стратегії підприємства та контроль за її виконанням.

Дослідженням категорії «виробничий потенціал» та процесу діагностики виробничого потенціалу займалися науковці, такі як О. І. Анчишкін, О. О. Гетьман, Ю. Ю. Донець, І. З. Должанський, І. І. Лукінов, Д. А. Черніков та інші. Аналіз вже розроблених на сьогоднішній день методик діагностики виробничого потенціалу підприємства [6–8] дав змогу встановити, що більшість з них направлена на поточне діагностування його стану. Для формування висновку щодо відповідності виробничого потенціалу встановленим орієнтирам розвитку доцільно застосовувати концепцію продуктивності (ефективності) використання виробничих ресурсів [9]. Її зміст полягає у визначенні ефективності затрачених ресурсів для досягнення цілей діяльності та забезпечення довгострокового розвитку організації. Підтримуючи дану концепцію, спробуємо визначити та реалізувати процес стратегічної діагностики виробничого потенціалу на прикладі підприємства хлібопекарської галузі Житомирської області.

3. Метою статті є реалізація процесу стратегічної діагностики виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі з метою виявлення стратегічних невідповідностей та подальших перспектив розвитку.

4. Виклад основного матеріалу

Виробничий потенціал є поліструктурною системою, складові якої перебувають у взаємозв'язку та динамічному розвитку. Для ефективної реалізації діагностичних процесів дослідники виокремували основні їхні складові. Так, С. І. Ішук до основних складових виробничого потенціалу відносить основні виробничі засоби, промислово-виробничий персонал, сировину та матеріали, технологію, інформацію. Наведена структура відображає взаємодію базових виробничих ресурсів, які формують сам виробничий процес, а такі складові як технологія та інформація забезпечують його відповідність науково-технічному прогресу [2].

П. А. Фомін та М. К. Старовойтов відносять до складу виробничого потенціалу підприємства основні засоби (вартісний вираз засобів праці), оборотні активи (предмети праці підготовлені для використання у виробництві), трудові ресурси в розумінні «інтелектуальний капітал» [6]. Позитивним у наведених структурах виробничого потенціалу є те, що в деякій мірі визначена залежність структуроутворюючих елементів.

У сучасних умовах господарювання необхідно враховувати, що на формування виробничого процесу промислового підприємства впливає споживчий попит. Через це Н. І. Татарнікова до чинників, які визначають виробничий потенціал підприємства та впливають на його виробничу діяльність включає: технологічний рівень виробництва на підприємстві, наукові дослідження та розробки, організацію управління та виробництва на підприємстві, маркетинг, фінанси, трудові ресурси та інше [10]. Науковець наголошує, що виробничий потенціал формується всією сукупністю залежних між собою ресурсів підприємства щодо виробництва готової продукції визначеної якості.

На сьогоднішній день виробничий потенціал підприємства досліджують в межах клієнтоорієнтованої концепції [2, 11–12]. За такої концепції формування та використання виробничого потенціалу відбувається з орієнтацією на ринок, споживчий попит, що забезпечує взаємозв'язок між внутрішнім і зовнішнім середовищем діяльності підприємства. У межах клієнтоорієнтованої концепції пропонуємо діагностувати взаємопов'язані основні складові виробничого потенціалу, які беруть участь у процесах виробництва та реалізації результату формування й використання виробничого потенціалу, а саме: виробничі засоби та матеріальні ресурси, трудові ресурси, фінансові ресурси, маркетингові ресурси. Наявність і ефективне використання маркетингових ресурсів забезпечує визначення потреби ринку в кількості продукції підприємства, що є основою для формування величини основних виробничих засобів, матеріальних і трудових ресурсів. У свою чергу формування необхідної кількості виробничих ресурсів потребує достатнього фінансового забезпечення. Відтак, досягнення тенденції стійкого розвитку діяльності підприємства можливе через постійний пошук можливостей ефективного використання ресурсів.

Стратегічну діагностику виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі доцільно розпочати з визначення загальних тенденцій розвитку галузі. Констатуємо в Україні щорічне зменшення обсягів виробництва. У 2015 році порівняно з 2009 роком падіння виробництва становило до 34%. В структурі української хлібобулочної продукції найбільшу частку займає хліб пшеничний – близько 40%.

Порівнюючи розвиток вітчизняної та закордонної галузі хлібопечення, варто відзначити, що масові сорти вітчизняного хліба приблизно в п'ять-шість разів дешевші. Іноземний хлібобулочний продукт відрізняється не лише ціною, а також рядом якісних показників. На сьогоднішній день структура закордонного ринку хліба також відрізняється від українського. Орієнтація іноземних виробників на існуючий попит призводить до стійкого зростання частки хлібобулочної продукції із замороженого тіста. Перевагами виробництва такого хліба є можливість розширення ринків збуту, оскільки термін реалізації заготовок достатній для експорту. Також у продавців є можливість

випікати хліб, на який формується реальний попит. Свідченням розвитку в цьому напрямку виробників хліба в ЄС є майже однакова частка реалізації замороженого й традиційного хліба [13; 14]. Варто зазначити, що в Україні заморожений хліб вже виробляють декілька вітчизняних підприємств, деякі з них: завод заморожених напівфабрикатів ПАТ «Концерн Хлібпром», ПП «Бекерай», фірма «Алдея». Важливо, що виробництво такого хліба створює новий прибутковий напрямок діяльності підприємств. Проте проблеми забезпечення населення традиційними видами хліба досі є актуальними.

Аналізуючи дані таблиці 1 щодо обсягів виробництва традиційного хліба в Житомирській області, констатуємо тенденцію до зменшення за всіма представленими видами. У структурі виробництва області найбільшу частку займає хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній.

Зменшення обсягів виробництва хліба спеціалізованими виробниками пояснюється зростаючою кількістю малих приватних пекарень діяльність яких створює значну конкуренцію.

За період 2009–2014 років діяльність підприємств хлібопекарської галузі Житомирської області характеризуються збитковим станом, зростає залежність від позикових коштів, у виробничому процесі використовується застаріле обладнання (таблиця 2).

Для визначення загального стратегічного напрямку розвитку хлібопекарської галузі Житомирської області ми використали метод побудови матриці SWOT-аналізу (рис. 1). Його застосування дало змогу комплексно визначити загрози й можливості зовнішнього середовища, а також сильні та слабкі сторони середовища внутрішнього.

На основі визначеної проблематики розвитку галузі та виробників хлібобулочної продукції, структури виробничого

потенціалу та враховуючи відсутність на досліджуваних підприємствах ведення діяльності на засадах стратегічного управління, пропонуємо діагностувати розвиток виробничого потенціалу на відповідність зростаючим тенденціям ефективності господарювання за системою показників наведеною нижче (таблиця 3).

Система показників, за якими пропонуємо реалізувати процес стратегічної діагностики виробничого потенціалу підприємства, здатна визначити відповідність розвитку елементів виробничого потенціалу бажаним тенденціям, діагностувати стратегічні розриви та сформулювати перспективні напрямки подальшої діяльності.

Одиничні показники системи стратегічної діагностики варто узагальнити шляхом побудови інтегрального показника попередньо нормуючи отримані значення. Наступним етапом, після визначення одиничних показників, є розрахунок потенціалу структурних компонент шляхом співвідношення суми нормованих значень показників компоненти до їх кількості:

$$I_j = \sum_{i=1}^m \frac{y_{ij}}{m}, \quad (1)$$

де I_j – потенціал структурної компоненти виробничого потенціалу;

m – кількість показників, які діагностують складову виробничого потенціалу y_{ij} .

Інтегральний показник рівня відповідності виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі базовим стратегіям розвитку підприємства пропонуємо розраховувати співвідношенням суми потенціалів структурних компонент до їх кількості:

$$ВВП = \sum_{i=1}^n \frac{I_j}{n}, \quad (2)$$

де ВВП – інтегральний показник рівня відповідності виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі базовим стратегіям розвитку підприємства;

n – кількість діагностованих компонент виробничого потенціалу.

Під базовою стратегією розуміємо загальну стратегію розвитку суб'єкта господарювання, яка формується та реалізується у відповідності до умов діяльності [15]. У науковій літературі, присвяченій питанням становлення, впровадження і розвитку стратегічного управління [16], загалом виділяють три базові стратегії розвитку.

Реалізація базової стратегії стійкого зростання передбачає підвищення кількісних показників і якісних характеристик діяльності підприємства. Таким чином, отримані розрахункові значення одиничних показників розвитку виробничого потенціалу за досліджуваній період та загальний інтегральний показник стратегічної відповідності мають відобразити тенденцію до зростання. Адаптивна стратегія розвитку формується з метою пристосування суб'єкта господарювання до ринкових змін. Динаміка більшості розрахованих одиничних показників для визначення стратегічної відповідності виробничого потенціалу досліджуваних виробників має характеристику до зростання. Проте діагностується й зменшення ефективності

Табл. 1: Виробництво хліба та хлібобулочних виробів підприємствами Житомирської області за видами (т)

Tab. 1: Production of bread and bakery products by Zhytomyr region enterprises by types (t)

Хлібобулочні вироби в номенклатурі	Роки							Відхилення (+), (-) 2015 до 2009 рр.
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ¹	
Хліб та вироби хлібобулочні у т.ч.	58307	57195	57437	56424	53389	48203	40102	-10104
хліб пшеничний	21981	21609	22029	22052	20772	19146	15646	-2835
хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній	24701	23727	23437	22315	21368	18472	16259	-6229
вироби булочні	11401	11566	11673	11645	11133	10499	8121	-902
хліб дієтичний	109	120	117	114	116	89	67	-20

¹ Інформацію сформовано на підставі даних місячної звітності

Джерело: Сформовано авторами на основі даних Головного управління статистики Житомирської області

Source: Compiled by the authors based at data of Zhytomyr region Main Statistical Department

Табл. 2: Основні галузеві економічні показники діяльності виробників хліба та хлібобулочної продукції Житомирської області

Tab. 2: Main branch performance indicators of bread and bakery products producers in Zhytomyr region

№	Показник	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.	+/- 2014р. -2009р.
1.	Кількість підприємств	33	28	29	27	26	28	- 6
2.	Чистий дохід, тис. грн.	173184	223631	301892	313131	309515	331546	158362
3.	Операційні витрати тис. грн.	175349	222797	304670	345598	324090	342816	167467
4.	Чистий прибуток тис. грн.	1457	-765	-3356	-34892	-20195	-8057	-9514
5.	Рентабельність діяльності, %	0,84	-0,34	-1,11	-10,1	-6,23	-2,35	-3,19
6.	Коефіцієнт зносу	0,38	0,45	0,37	0,45	0,55	0,64	0,26
7.	Коефіцієнт автономії	0,35	0,30	0,35	-0,14	0,19	0,1	-0,25

Джерело: Сформовано авторами на основі даних Головного управління статистики Житомирської області

Source: Compiled by the authors based at data of Zhytomyr region Main Statistical Department

Зовнішнє середовище	Можливості	Загрози
	1. Партнерство з постійними постачальниками сировини. 2. Можливість розширення асортименту відповідно до ринковим потреб. 3. Освоєння нових технологій. 4. Вихід на нові сегменти ринку.	1. Поява нових виробників. 2. Спад обсягів виробництва і споживання хліба. 3. Підвищення цін на сировину. 4. Державне регулювання цін на хліб.
Внутрішнє середовище	Сильні сторони	- проводити рекламні заходи в яких наголошувати на якості продукції; - проводити опитування споживачів щодо задоволення їх попиту існуючими на ринку видами хлібобулочної продукції.
	1. Тривалий час на ринку, продукція znana серед споживачів; 2. Відповідність продукції державним стандартам якості; 3. Наявність акредитованих лабораторій. 4. Економія на масштабі виробництва	- використовувати методи цінової конкуренції; - впроваджувати у виробництво нові види хлібобулочної продукції; - гарантування якості вихідної продукції; - забезпечувати повне завантаження виробничих потужностей.
Слабкі сторони	- освоювати нові ринки збуту продукції; - підтримувати відносини з постачальниками якісної сировини. - прискорювати оборотність активів	- оптимізувати обсяги виробництва масових сортів хліба; - зміцнювати позиції на вже завойованих ринках.
1. Брак фінансових ресурсів; 2. Чутливість до конкуренції. 3. Значні витрати на збут.		

Рис. 1: Матриця SWOT-аналізу виробників хлібобулочної продукції
Джерело: Сформовано авторами

Fig. 1: SWOT-analysis matrix for bread and bakery products producers
Source: Compiled by the authors

Табл. 3: Система показників стратегічної діагностики виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі

Tab. 3: System of indicators of the strategic diagnostics of the bread-baking industry enterprises' production potential

Основні виробничі засоби і матеріальні ресурси	Трудові ресурси	Фінансові ресурси	Маркетингові ресурси
1. Темп зростання коефіцієнта використання виробничої потужності. 2. Матеріаловіддача. 3. Фондовіддача. 4. Коефіцієнт придатності основних засобів. 5. Співвідношення темпу зростання основних засобів і нематеріальних активів до темпу зростання активів. 6. Темп зростання ефективності капітальних інвестицій. 7. Рентабельність основних засобів. 8. Рентабельність оборотних активів. 9. Витрати на 1 грн. продукції. 10. Фондоозброєність.	11. Темп зростання показника покриття витрат на навчання персоналу. 12. Співвідношення темпу зростання продуктивності праці і заробітної плати. 13. Коефіцієнт покриття адміністративних витрат. 14. Зарплатовіддача. 15. Продуктивність праці.	16. Коефіцієнт автономії. 17. Коефіцієнт покриття. 18. Фінансовий леверидж. 19. Коефіцієнт покриття операційних витрат. 20. Рентабельність операційної діяльності. 21. Рентабельність активів. 22. Коефіцієнт фінансової стійкості. 23. Коефіцієнт оборотності оборотних активів. 24. Ефективність власного капіталу.	25. Співвідношення товарної і реалізованої продукції. 26. Коефіцієнт покриття витрат на збут. 27. Рентабельність реалізації. 28. Коефіцієнт оновлення продукції. 29. Рентабельність продукції. 30. Частка продукції вільного ціноутворення.

Джерело: Сформовано авторами, узагальнюючи та розвиваючи ідеї [6–8]

Source: Compiled by the authors generalizing and developing approaches of [6–8]

Табл. 4: Інтегральний показник рівня відповідності виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі базовим стратегіям розвитку підприємства, 2010–2015 рр.

Tab. 4: Integral indicator of the conformity level of the bread-baking industry enterprises' production potential to the basic strategies of each enterprise's development (five enterprises of Zhytomyr region), 2010-2015

Підприємства	Роки					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ПАТ «Овруцький хлібо завод»	0,5246	0,5067	0,5070	0,5906	0,4999	0,5368
ПАТ «Новоград-Волинський хлібо завод»	0,4694	0,4787	0,4721	0,3562	0,2511	0,6462
ПАТ «Коростенський хлібо завод»	0,5678	0,5891	0,5803	0,5115	0,3733	0,3049
ТОВ «Барви Полісся»	0,4506	0,2575	0,2920	0,4524	0,3321	0,4731
ТОВ «Бердичівський хлібо завод»	0,4534	0,4302	0,4391	0,4258	0,4240	0,7750

Джерело: Розраховано авторами

Source: Calculated by the authors

в окремих сферах використання ресурсів виробничого потенціалу, але тенденція до зменшення є некритичною. Характеристика стратегічної відповідності виробничого потенціалу, в межах реалізації санаційної стратегії розвитку, відображає падіння ефективності використання виробничих ресурсів за всіма напрямками дослідження. Санаційна стратегія представляє собою комплекс управлінських підходів, рішень і заходів, які спрямовані на оздоровлення й відновлення ефективного функціонування підприємства та економічного зростання в перспективі. Відтак необхідність розробки й реалізації стратегії пояснюється насамперед тим, що від успішної реалізації санаційних управлінських рішень залежить, чи зможе надалі підприємство ефективно використовувати свої ресурси, чи його визнають банкрутом і ліквідують.

Проведені дослідження дали змогу визначити, що значення запропонованого інтегрального показника змінюється від 0 до 1. Зміна значення в межах від 0 до 0,25 характеризує низький розвиток виробничого потенціалу, діагностується відповідність санаційній стратегії, в межах

Проведена стратегічна діагностика виробничого потенціалу підприємств хлібопекарської галузі Житомирської області дала змогу встановити, що рівень розвитку виробничих можливостей досліджуваних підприємств відповідає адаптивній стратегії. Стратегічні розриви стосуються неповного використання виробничих потужностей, низьку ефективність витрат на оновлення основних засобів, утримання та навчання персоналу, збут готової продукції. Діагностується стійке падіння прибутковості діяльності виробників хлібобулочної продукції, незабезпеченість фінансовими ресурсами. Перспективними напрямками розвитку підприємств хлібопекарської галузі Житомирської області є оптимізація обсягів виробництва нерентабельної продукції; підвищення рівня ефективності використання виробничих ресурсів шляхом прискорення оборотності оборотних активів, поліпшення стану виробничих потужностей, оптимізації співвідношення власного та позикового капіталу; розширення ринків збуту за рахунок започаткування виробництва нової продукції вільного ціноутворення.

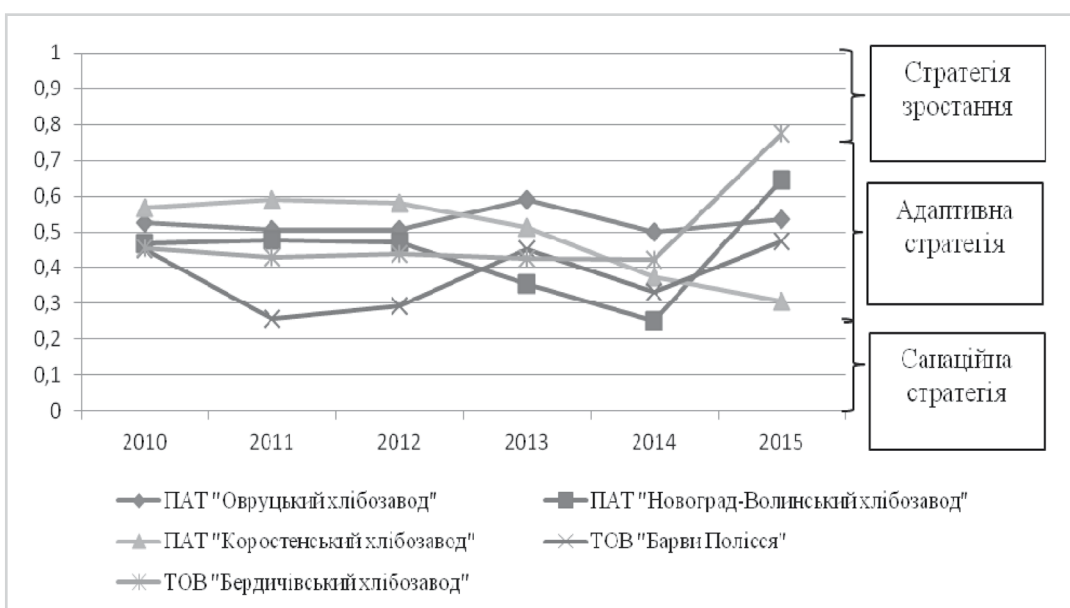


Рис. 2: Відповідність розвитку виробничого потенціалу базовим стратегіям
Джерело: Побудовано авторами

Fig. 2: Conformity of the bread-baking industry enterprises' production potential development to the basic strategies of each enterprise (five enterprises of Zhytomyr region), 2010-2015
Source: Developed by the authors

якої є доцільним перегляд підходів щодо формування та використання виробничого потенціалу, а також коригування стратегії подальшого розвитку: якщо в межах від 0,25 до 0,5, то рівень виробничого потенціалу достатній, відповідає адаптивній базовій стратегії, проте для досягнення стратегічних орієнтирів розвитку необхідно підвищити ефективність формування і використання виробничого потенціалу; якщо значення змінюється від 0,5 до 0,75, тоді розвиток виробничого потенціалу характеризується як достатньо високий і відповідає адаптивній базовій стратегії, для досягнення стратегічних орієнтирів необхідно адаптувати результат використання виробничого потенціалу (продукцію підприємства) до ринкових потреб; якщо в межах від 0,75 до 1,0, тоді рівень розвитку виробничого потенціалу високий, відповідає базовій стратегії стійкого зростання.

Література

- Гевлич Л. Л. Стратегічна діагностика підприємства : монографія / Л. Л. Гевлич. – Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2007. – 199 с.
- Ішук С. О. Виробничий потенціал: проблеми формування та розвитку : монографія / С. О. Ішук. – Львів : ІРД НАН України, 2006. – 278 с.
- Трухан О. Л. Розвиток стратегічної діагностики в системі стратегічного управління підприємством : монографія / О. Л. Трухан. – Житомир : ЖДТУ, 2013. – 300 с.

4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. / З. Є. Шершньова. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
5. Костишко Л. А. Діагностика потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємства : монографія / Л. А. Костишко. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Х. : Фактор, 2008. – 336 с.
6. Старовойтов М. К. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием : монография / М. К. Старовойтов, П. А. Фомин – М. : Высшая школа, 2002. – 267 с.
7. Горбачук Ю. А. Економічна діагностика: інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення / Ю. А. Горбачук, Н. Б. Кушнір. – Рівне, НУВГП, 2007. – 176 с.
8. Гетьман О. О. Економічна діагностика : Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О. О. Гетьман, И. М. Шаповал – Київ, Центр навчальної літератури, 2007. – 307 с.
9. Шилепницький П. І. Вдосконалення управління виробничим потенціалом (на прикладі підприємств машинобудування) / П. І. Шилепницький автореф. дис. канд. екон. наук : 08.06.02 – Національна академія наук України. – Львів, 2001. – 21 с.
10. Татарнікова Н. І. Математичні методи в управлінні адаптацією виробничого потенціалу підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.03.02 / Н. І. Татарнікова. – Львів : Б.в., 2006. – 20 с.
11. Круш П. В. Виробничий потенціал підприємства з позиції клієнтоорієнтованого підходу / П. В. Круш, М. О. Зеленська // Економічний вісник НТУУ «КПІ»: Збірник наукових праць – Київ, 2010. – № 7. – С. 91–95.
12. Бачевський Б. Є. Потенціал функціональних систем підприємства / Б. Є. Бачевський // Вісник Східноукраїнського національного університету імені В. Даля, 2007. – № 9 (15). – Ч. 2. – С. 12–16.
13. Солошонко А. Л. Хлібопекарська галузь України: реалії та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / А. Л. Солошонко, О. М. Полонська // Продуктивність агропромислового виробництва. Економічні науки. – 2014. – Вип. 25. – С. 78–91. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav_2014_25_15
14. Красільникова К. Є. Розвиток інноваційних технологій для хлібопродуктових підприємств [Електронний ресурс] / К. Є. Красільникова // Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне наукове фахове видання. – 2015. – Вип. 4. – С. 444–447. – Режим доступу : <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/94.pdf>
15. Осовська Г. В. Стратегічний менеджмент: теорія та практика [Текст] : навч. посіб. / Г. В. Осовська, О. Л. Фіщук, І. В. Жалінська. – К. : Кондор, 2003. – 194 с.
16. Квятковська Л. А. Економічна оцінка виробничого потенціалу машинобудівного підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук / Л. А. Квятковська. – Харків : Б. в., 2011. – 20 с.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2016

References

1. Hevlych, L. L. (2007). *Strategic diagnostics of enterprise*. Donetsk: Yugo-Vostok (in Ukr.).
2. Ishchuk, S. A. (2006). *Production potential: problems of formation and development*. Lviv: IRD Sciences of Ukraine (in Ukr.).
3. Truhan, O. L. (2013). *Strategic development of diagnostics in the strategic management of the enterprise*. Zhytomyr: ZSTU (in Ukr.).
4. Shershneva, Z. Ye. (2004). *Strategic Management*. KNEU.
5. Kostyrko, L. A. (2008). *Diagnostics of financial and economic potential of enterprise*. Kharkiv: Factor (in Ukr.).
6. Starovoitov, M. K., & Fomin, M. K. (2002). *Practical tools of management of industrial enterprise*. Moscow: Higher School (in Russ.).
7. Horbachuk, Y. A. (2007). *Economic diagnosis: set of interactive teaching*. Rivne: NUVGP (in Ukr.).
8. Hetman, O. O. (2007). *Ekonomichna diagnostika [Economic diagnosis]*. Kyiv: Center of educational literature (in Ukr.).
9. Shylepnytskyi, P. I. (2001). *Improvement of production potential (for example, engineering enterprises)*. Lviv: National Academy of Sciences of Ukraine (in Ukr.).
10. Tatarnikova, N. I. (2006). *Mathematical methods in management of adapting production potential of enterprises*. Lviv: BV (in Ukr.).
11. Crush, P. V. (2010). The production potential of the company from the position of a client-oriented approach. *Ekonomichnyi visnyk NTU KPI. Economic Herald of NTU KPI, Collected Works*, 7, 91-95.
12. Bachevsk, B. E. (2007). Potential of functional systems of enterprise. *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universitetu imeni Volodymyra Dalia. Herald of Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*, 15(9), 12-16 (in Ukr.).
13. Soloshonok, A. L., & Polonska, O. M. (2014). *Bakery industry in Ukraine : realities and prospects of development*. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav_2014_25_15 (in Ukr.)
14. Krasilnikova, K. Ye. (2015). *Development of innovative technologies for bread product enterprises*. Retrieved from <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/94.pdf> (in Ukr.)
15. Osovska, G. V. Fishchuk, O. L., & Zhalinska, I. V. (2003). *Strategic Management: Theory and Practice*. Kyiv: Condor.
16. Kviatkovska, L. A. (2011). *Economic evaluation of the production potential of machine-building enterprises*. Kharkiv.

Received 20.03.2016

Щодо публікації наукових статей у науковому фаховому журналі «Економічний часопис-XXI»

Шановні колеги!

«Економічний часопис-XXI» – визнаний в Україні та за кордоном науково-аналітичний журнал, який заснований 1996 року і видається Інститутом суспільної трансформації.

Журнал «Економічний часопис-XXI» входить до переліку фахових наукових видань з економічних наук

(Затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 528 від 12.05.2015 р.).

Пропонуємо науковцям, викладачам, докторантам публікувати свої наукові статті та результати дисертаційних досліджень у науковому фаховому журналі «Економічний часопис-XXI».

Вимоги до наукових статей викладені в Інтернеті за лінком:
<http://soskin.info/ea/avtory.html>