

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ
ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЛАНЦЮГУ ПОСТАВОК**

Савченко Ю.Т., 2018

Сучасний ринок під впливом Industry 4.0 зазнає чимало змін, до яких належить зростаюче значення інформації, інформаційних технологій, а також пошук нових форм взаємодії з клієнтами і діловими партнерами. Тому актуальною стає диференціація пропозиції, створення унікальної пропозиції, що дозволить залучати вимогливих клієнтів, тобто виробники розуміють, що більш вигідною є масова кастомізація продуктів і послуг ніж масове виробництво. Отже, перехід від електронно-інформаційних технологій до нового покоління виробничих систем (інтелектуальні виробничі системи), завдяки яким відбувається інтеграція обробки інформації з обробкою матерії, що реалізується інтелектуальними заводами та контрольованими кіберфізичними системами в середовищі Інтернету речей, має великий вплив на організацію роботи підприємств-виробників.

Нові умови функціонування виробничих підприємств створюють різні можливості, але паралельно виникають і загрози у вигляді бар'єрів між інформаційними і фізичними структурами, які потрібно подолати, що вимагає постійного навчання і співробітництва. Підприємства змушені здійснювати реорганізацію в управлінні та орієнтуватись на концепцію менеджменту 3.0 та концепції «co-opetition» та «win-win» («співконкуренції» та «разом зробимо — разом переможемо»). Фундаментальні основи цих концепцій багато в чому споріднені із концепцією ланцюга поставок, однак всі вони не дають готових варіантів, впровадження яких могло б забезпечити гарантоване досягнення очікуваних ефектів. Ці концепції швидше задають напрям розвитку, визначають стратегічно важливі пріоритети, в той час як вибір шляху та способів їх досягнення у залежності від великим різноманіттям чинників, умов та особливостей функціонування конкретних підприємств.

Популярними напрямками пошуку можливостей для росту в умовах мінливого зовнішнього середовища є стратегічні аспекти розвитку підприємств. Без грамотно розробленої стратегії короткотермінові рішення будуть конфліктувати із довгостроковими цілями, позбавляючи підприємство потенціалу для розвитку. Сьогодні в науковій літературі зустрічаємось із концепцією еластичності (тобто підприємство визначає зовнішні можливості і отримує конкурентну перевагу, а потім вирівнюється з можливостями) та концепцією ефективності (підкреслює важливість ресурсів і можливостей). Але орієнтація на одну з цих концепцій на практиці часто не спрацьовує. Тому останнім часом спостерігається формування третього підходу, а саме поєднання цих двох концепцій. Основний акцент при цьому зміщений на розвиток взаємовідносин, що гарно співвідноситься із концепцією ланцюга поставок, основою якої є стратегічне партнерство. В умовах ланцюгів поставок, якщо інтереси будь-якого підприємства розходяться з інтересами інших учасників у ланцюгу поставок, його діяльність не збільшуватиме ефективності всього ланцюга. І навпаки, приймаючи спільні стратегічні рішення підприємства можуть досягати спільної вигоди і конкурентоспроможності ланцюга поставок. Ефективність спільних зусиль всіх учасників ланцюга поставок будуть залежати від системи інформаційного забезпечення ланцюга поставок і кожної його ланки.

Для того, щоб продиференціювати стратегічну орієнтацію виробників у ланцюгах поставок, доцільно враховувати ключові критерії, до яких можна віднести стратегічну орієнтацію ланцюга поставок, ринкові чинники успіху, конкурентні переваги, тип товару, попиту та тривалості поставки. Такий підхід дозволить сформулювати портфель конкурентних стратегій виробничих підприємств з врахуванням їх галузевої специфіки. Більш детальний аналіз актуальних стратегічних орієнтирів виробників у ланцюгу створення складно-технічних систем буде цілком подальших наукових досліджень.