

– [Електронний ресурс] – Режим доступу:
http://www.rusnauka.com/5_NTSB_2007/Economics/20157.doc.htm

• Давиденко Н. М., Буряк А. В. Корпоративне управління: навч. посіб. Київ: ЦП «Компринт», 2015. 346 с

• Супрун Н.А. Еволюція вітчизняної моделі корпоративного управління : монографія / Н.А. Супрун. – Київ: КНЕУ, 2009. – 270 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Шевцова О.В.

Науковий керівник – Плотницька С.І., д-р екон. наук, доцент

Конкуренція одна з важливих рис, притаманних ринковому господарству. Саме конкуренція забезпечує творчу свободу особистості, створює умови для її самореалізації в сфері економіки шляхом розробки і створення нових конкурентоспроможних товарів і послуг. На сучасному етапі економічного розвитку конкуренція, як рушійна сила, змушує виробників постійно шукати нові шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів, причому в сучасній науковій літературі немає єдиної думки щодо їх складу. Різні автори в залежності від своїх наукових поглядів обґрунтовують різний набір факторів, що визначають конкурентоспроможність підприємства. Пристаємо до думки вчених [2], які виділяють такі основні фактори конкурентоспроможності будь-якого підприємства: наявність матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, стратегія, інноваційний потенціал, ефективність менеджменту.

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміється можливість ведення ефективної господарської діяльності та отримання прибутку від реалізації результатів цієї діяльності в умовах конкурентного ринку [3]. Ця реалізація забезпечується всім комплексом наявних у підприємства резервів і засобів.

Зміст управління конкурентоспроможністю підприємства як наукової категорії проявляється в реалізації наступних внутрішніх взаємозв'язків [1]:

1. Виділення відповідних напрямків забезпечення конкурентоспроможності підприємства, що включає забезпечення зовнішньої (маркетингової) і внутрішньої (ресурсної) конкурентоспроможності підприємства.

2. Виділення трьох рівнів управління конкурентоспроможністю: стратегічного, тактичного і поточного (оперативного).

Стратегічне управління здійснюється на рівні вищого керівництва підприємства і орієнтується на довгострокові (від трьох років і більше) перспективи розвитку. Стратегічною метою управління конкурентоспроможністю підприємства є формування, підтримка і розвиток стратегічної конкурентної переваги.

Конкурентна перевага організації може бути визнана стратегічною конкурентною перевагою, якщо вона є глобальною, тобто стійкою в часі, і привертає значну увагу зовнішнього оточення підприємства. Показником, що характеризує результат стратегічного управління, є показник стратегічного успіху (невдачі) діяльності підприємства на ринку (зростання або падіння його ринкової частки).

Тактичне управління конкурентоспроможністю направлене на формування тактики забезпечення конкурентоспроможності сукупності видів, прийомів і методів конкурентної боротьби, які обирає і застосовує підприємство до своїх конкурентів, і за допомогою яких воно реалізує свою конкурентну стратегію. Показником тактичного управління є сукупність результатів, що характеризують досягнутий рівень у формуванні, підтримці або розвитку стратегічної конкурентної переваги за тактичний конкурентний період.

Поточне управління є об'єктом оперативного менеджменту, до функцій якого відноситься вирішення поточних завдань забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Крім того, поточний (оперативний) рівень управління конкурентоспроможністю припускає проведення конкурентного маневрування, тобто комплексу заходів, що розробляються і здійснюються для усунення не передбачених раніше диспропорцій.

Тактичний і оперативний (поточний) рівні управління конкурентоспроможністю підприємства здійснюються всіма суб'єктами управління з наголосом на середній та нижчий рівні управління.

Таким чином, можемо зробити висновок, що процес управління конкурентоспроможністю, як і управління будь-яким іншим об'єктом, носить циклічний, відносно замкнутий характер. Цей процес, в одиночному вигляді, починається з постановки мети, завдань і закінчується виконанням цих завдань, тобто досягненням певного результату. На основі отриманої інформації про результати (досягнення або недосягнення мети) конкретизуються і уточнюються раніше поставлені завдання, ставляться нові, можливо, висувається нова мета, і цикл починається заново.

- Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. Навчальний посібник / Л.В. Балабанова, Г.В. Кривенко, І.В. Балабанова. - Київ: «Професіонал», 2009. - 256 с.

- Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики : монографія. - Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. - 248 с.
- *Schmuck R.* Measuring Company Competitiveness // Business Sciences – Symposium for Young Researchers : Proceedings. 2008. P. 199–208.

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Альшианова А.Е.

Науковий керівник – Шевченко В.С., канд. екон. наук, доцент

Будівельна індустрія є індикатором якості життя суспільства і соціально-економічного розвитку. Крім цього, будівельний сектор національної економіки сприяє активізації роботи реального сектора, оскільки стимулює роботу металургійних, машинобудівних заводів, агропромислового сектора, транспорту країни, легкої промисловості.

Конкуренція являє собою складне соціально-економічне явище. Вона об'єктивно притаманна ринковій економіці і забезпечує рух вперед в області вдосконалення, розвитку споживних властивостей товару, створення принципово нових товарів, послуг. Фірма вивчає діяльність конкурента, розробляє стратегію конкурентної боротьби і різними способами чинить на нього тиск.

До найбільш важливих критеріїв конкурентоспроможності належать: - ефективність виробничої діяльності; - фінансове становище організації; - ефективність організації збуту та просування товару; - конкурентоспроможність продукції.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства за першим критерієм передбачає розгляд таких питань, як ефективність управління виробничим процесом, економічність виробничих витрат, раціональність використання основних фондів, досконалість технології виготовлення продукції, організація праці на виробництві.

Найбільш важливими складовими потенціалу фірми є її економічний і фінансовий стан. Фінансовий стан є найважливішою характеристикою ділової активності і надійності підприємства. Воно визначає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал у діловому співробітництві, є гарантом ефективної реалізації економічних інтересів всіх учасників господарської діяльності, як самого підприємства, так і його партнерів.

Під фінансовим станом підприємства розуміється здатність підприємства фінансувати свою діяльність. Воно характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування підприємства, доцільністю їх розміщення та ефективніс-