

змiнах у прiоритетах i змiстi окремих стратегiй, а також, у разi потреби, переходi на резервнi стратегiї;

- баланс рiвноваги мiж прибутковими та витратними стратегiями, основними та компенсацiйними, резервними.

Для використання переваг вiд наявностi «стратегiчного набору» вiн має гнучко змiнюватися у вiдповiдних своїх складових при змiнi умов функцiонування пiдприємства.

Стратегiчний набiр має заповнити «стратегiчну прогалину» пiдприємства, тобто забезпечити умови для його саморозвитку.

Щоб створити ефективний та досяжний стратегiчний набiр, кожну з його складових потрiбно формулювати iз залученням вiдповiдних фахiвцiв, якi знаходяться у тих пiдсистемах i пiдроздiлах, що будуть розвиватися на основi обраних стратегiй. У такий спiсiб забезпечується ефективна координацiя рiзноспрямованих стратегiй стратегiчного набору та виконання дiй, що зумовленi стратегiчними планами, розробленими для реалiзацiї стратегiчного набору.

1. Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Гуренко Т.О. Управлiння формуванням конкурентоспроможного потенцiалу пiдприємств (теоретико- методологiчний аспект): монографiя. — К.: ІПК ДСЗУ, 2010. — 212 с.

2. Прийма Л.Р. Розвиток пiдприємства: теоретичнi аспекти /Л.Р.Прийма, Н.І.Чухрай // Науковий вiсник Херсонського державного унiверситету. — 2016. — Вип.18. — ч.2. — С.74 – 77.

3. Сiренко Н.М. Управлiння стратегiєю iнновацiйного розвитку аграрного сектора економiки: [монографiя]. — Миколаїв, 2010. — 416 с.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Кірілов К.С.

Науковий керівник – Волкова М.В., канд. екон. наук, доцент

У сучасних ринкових умовах господарювання все бiльшого значення набуває формування конкурентних переваг пiдприємства як основи забезпечення його конкурентоспроможностi. Конкурентнi переваги є запорукою набуття та утримання мiцної конкурентної позицiї пiдприємства у боротьбi за лiдерство на ринку. Крім того, ними визначається характер конкурентної стратегiї, що є значущим для комерцiйного успiху дiяльностi пiдприємства. Конкурентними перевагами визначається наявнiсть конкурентноздатного потенцiалу, ринкових можливостей пiдприємства та шляхiв щодо їх ефективної реалiзацiї.

Конкурентнi переваги – це тi унiкальнi властивостi та вiдмiннi характеристики, що дозволяють пiдприємству реалiзовувати його конкурентноздатний потенцiал, набувати й утримувати вигiдне ринкове становище та успiшно функцiонувати в умовах високої конкуренцiї.

У сучасній літературі вченими-економістами виділено багато класифікаційних ознак конкурентних переваг. Класифікація, як угруповання конкурентних переваг за певними ознаками, дозволяє виділяти найбільш значущі й менш істотні переваги, їх доцільне сполучення, допомагає визначитися підприємству у виборі найбільш прийнятної та правильного шляху досягнення поставлених цілей [1]. Конкурентні переваги можуть мати різноманітні форми залежно від специфіки галузі, товару й ринку, головна вимога – відмінність від конкурентів має бути реальною, виразною, істотною [2].

До типових джерел отримання конкурентних переваг належать: нові технології; зміна структури та вартості окремих елементів у технологічному ланцюгу виробництва та реалізації товару; поява нових вимог споживачів та основних сегментів ринку; зміна «правил гри» на ринку. Особливими джерелами конкурентних переваг є: інформація про бізнес та професійні навички, що дозволяють знаходити та обробляти інформацію так, що результатом обробки є реальна конкурентна перевага.

Необхідні конкурентні переваги часто формуються на основі ресурсів підприємства. Конкурентні переваги є результатом низької собівартості (економії на масштабі); високого рівня диференціації, що заснована на спеціалізації у виготовленні особливої продукції, яка є модифікацією стандартної; сегментування з метою задоволення цільового ринку; впровадження нововведень; негайного реагування на зміну потреб споживачів на ринку. Також до них можна віднести більш високий рівень продуктивності праці та кваліфікації персоналу, управлінську майстерність, стратегічне мислення на різних рівнях менеджменту, які впливають на економічне зростання підприємства та ніші [3].

А.А. Томпсон та А.Дж. Стрікленд [4] стверджують, що існує велика кількість способів досягнення конкурентної переваги: виробляти високоякісну продукцію, організувати відмінне обслуговування клієнтів, пропонувати нижчі ціни, ніж у конкурентів, мати зручніше географічне розташування, власну технологію, забезпечувати розробку і впровадження нового продукту в коротший термін, мати відому торгову марку і репутацію, забезпечувати покупцям додаткові цінності за їхні кошти.

На можливості збереження конкурентних переваг впливає низка чинників:

- джерела конкурентних переваг (переваги нижчого або вищого порядку);

- очевидність джерел конкурентних переваг (можливість - копіювання конкурентами);
 - інновації (інноваційний процес дозволяє підприємствам переходити до формування конкурентних переваг більш високого порядку і збільшувати кількість їх джерел);
 - відмова від конкурентної переваги з метою створення нової.
- Для збереження або зміни конкурентних переваг у зв'язку зі змінами конкурентного середовища й переваг споживачів необхідний постійний моніторинг дій конкурентів і відстеження змін споживчих переваг.

- Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / За заг. редакцією Ю.Б. Іванов, О.М. Тищенко. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
- Іванов Ю.Б., Тищенко О.М., Чечетова-Терашвілі Т.М., Ревенко О.В. Стратегія підприємства: Підручник. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 560 с.
- Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы: Учеб.-метод. пособ / М.М. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 248 с.
- Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебн. для вузов: Пер. с англ. / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд М.: Банки и биржи. – ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

ЗАВДАННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Секретов В.С.

Науковий керівник – Волкова М.В., канд. екон. наук, доцент

Тривалість успішного функціонування будь-якої організації завжди залежала від ефективності рішень, що приймаються їх керівництвом. Ця важлива мета ставила організаційну структуру в положення контрольованого процесу. Саме тому широкого поширення набув контролінг як цілісна концепція економічного управління підприємством, направленою на виявлення всіх шансів і ризиків, пов'язаних із здобуттям прибутку в ринкових умовах. Знаходячись на перетині обліку, інформаційного забезпечення, контролю і планування, контролінг займає особливе місце в управлінні підприємством: він зв'язує воедино всі функції управління, інтегрує і координує їх причому не піднімає собою управління підприємством, а лише перекладає його на якісно новий рівень.

Згідно з сучасним підходом контролінг може інтерпретуватися як інформаційне забезпечення орієнтованого на результат управління підприємством. Задачі фінансового контролінга, отже, полягають в тому, щоб шляхом підготовки і надання необхідної управлінської ін-