

Список використаних джерел:

1. Гаманкова О.О. Сегмент страхових послуг фізичним особам на страховому ринку України. *Формування ринкової економіки* : зб. наук. пр. Спец. вип. Страховий ринок України в умовах фінансової глобалізації. К.: КНЕУ, 2012. 352 с.
2. [Закон України](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text) «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 р. № 2664-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text>
3. Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 р. № 85/96-ВР. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>
4. Кривошлик Т.Д. Сучасний стан страхування майна громадян в Україні. *Страхова справа*. 2012. № 2 (46). С. 26-29.
5. [Про схвалення Концепції захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг в Україні](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1026-2009-%D1%80). Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.09.2009 № 1026-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1026-2009-%D1%80>
6. [Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг в Україні](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/135-2010-%D1%80). Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20.01.2010 р. № 135-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/135-2010-%D1%80>
7. Меморандум про захист прав споживачів страхових послуг та умови забезпечення надання страхових послуг належного рівня якості. Міністерство економіки України. 23.08.2016. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=921e94f9-1967-4940-b073-eb74ea5c1577&title=MemorandumProZakhistPravSpozivachivStrakhovikhPoslugTaUmoviZabezpechenniaNadanniaStrakhovikhPoslugNalezhnogoRivniaYakosti>
8. Національний банк запрошує до обговорення Концепції захисту прав споживачів фінпослуг. [Національний банк України. Новини. Медіа-простір](https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-zaproshuye-do-obgovorenniya-kontseptsiyi-zahistu-prav-spojivachiv-finposlug). 19.06.2019. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-zaproshuye-do-obgovorenniya-kontseptsiyi-zahistu-prav-spojivachiv-finposlug>

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА**

С. Ю. ЮР'ЄВА, канд. екон. наук, доцент

А. ШЕРЕМЕТ, студентка

*Харківський національний університет*

*міського господарства імені О. М. Бекетова*

Сучасний стан розвитку економіки України, що характеризується високим ступенем нестабільності та загрозовості, супроводжується рядом

невирішених проблем, серед яких однією з найважливіших для більшості українських підприємств є проблема досягнення та збереження певного рівня конкурентоспроможності.

Конкуренція на ринку спонукає підприємства покращувати процеси виробництва, ефективніше використовувати ресурси, прискорює науково-технічний прогрес, дозволяє найповніше задовольнити потреби споживачів і сприяє загальному зростанню добробуту нації.

Враховуючи кризовий стан економіки, підприємствам важко досягти значних результатів господарювання. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні та реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі правильно організованого стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства.

В загальному вигляді конкурентоспроможність підприємства можна розглядати як можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [1].

Для досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності підприємства необхідний комплексний підхід із орієнтацією на довгострокову перспективу. Відповідно до цього, важливим аспектом у ефективному менеджменті конкурентних переваг стає стратегічне управління конкурентоспроможністю.

Зазначимо три підходи до визначення даного поняття у табл. 1.

Таблиця 1 – Визначення поняття «стратегічне управління конкурентоспроможністю» [2]

	Сутність поняття «стратегічне управління конкурентоспроможністю»
1.	Діяльність щодо встановлення перспективних цілей підприємства та ефективного їх досягнення на основі утримання конкурентних переваг та адекватного реагування на зміну зовнішнього середовища.
2.	Система, що слугує для впливу на елементи та процеси, які забезпечують формування конкурентних переваг та розвиток конкурентного потенціалу підприємства з метою підвищення його стійкості в умовах зростання конкурентного тиску та зміни факторів зовнішнього середовища.
3.	Система впливу суб'єкта на об'єкт з метою переведення цього об'єкта в бажаний стан у вигляді розвитку його параметрів.

До цілей стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства можна віднести:

- формування виняткових переваг підприємства;

- оперативне та ефективне використання можливостей зовнішнього середовища.

Зазначимо принципи стратегічного управління конкурентоспроможністю, запропоновані К.В. Желуденко [3]:

- перспективність – орієнтація стратегічного управління на довгострокову перспективу;

- економічність – розробка стратегії відповідно до наявних ресурсів та перспектив розвитку;

- єдина спрямованість – підлаштування тактичних заходів до стратегічних пріоритетів;

- інтерактивність – поетапне впровадження стратегії через комплекс середньострокових та короткострокових заходів;

- комплексність – всебічний аналіз та збір інформації дозволяють своєчасно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Опираючись на вітчизняну та зарубіжну практику в області стратегічного менеджменту можна сформулювати наступну концептуальну модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства (рис.1).

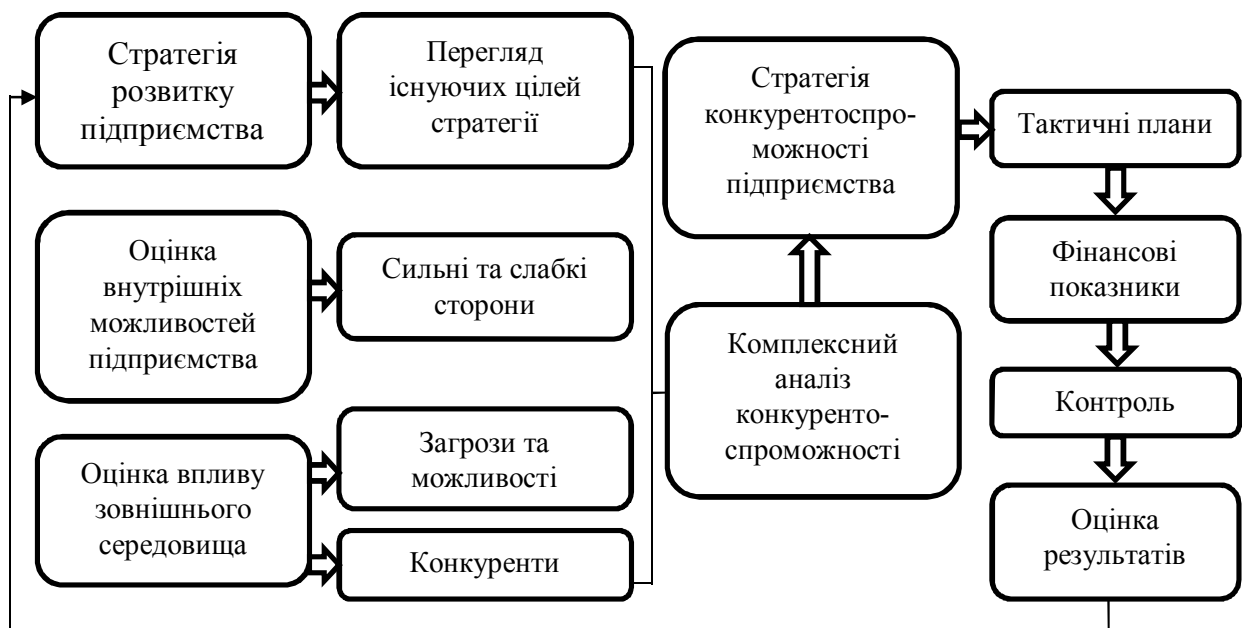


Рис. 1 – Модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства

Перша складова моделі містить у собі дослідження існуючої стратегії розвитку підприємства, що являє собою узгоджену програму генеральної

перспективної діяльності організації з урахуванням внутрішніх можливостей та зовнішніх умов середовища функціонування підприємства.

Оцінка стратегії — це постійний інструмент внутрішнього оцінювання, який використовується через регулярні проміжки часу, щоб визначити, чи досягає компанія своїх цілей, як зазначено в бізнес-стратегії чи плані.

Після цього проводиться внутрішній та зовнішній аналіз підприємства.

Внутрішній аналіз – це дослідження внутрішніх компонентів компанії, як матеріальних, так і нематеріальних, таких як ресурси, активи та процеси. Може бути реалізований за наступними методами.

SWOT-аналіз (сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози) допомагає компаніям отримати широкий огляд усіх внутрішніх функцій.

McKinsey 7S: сім S — це стратегія, структура, системи, спільні цінності, навички, стиль і персонал.

GAP-аналіз — це інструмент оцінки, який дозволяє організаціям визначати недоліки продуктивності та внутрішні слабкі місця [4].

Під час стратегічної оцінки внутрішніх можливостей підприємства також доцільною є аналіз таких напрямків як:

- виробництво;
- маркетинг;
- фінанси;
- персонал;
- організаційна культура підприємства.

Зовнішнє середовище – сукупність суб'єктів господарювання, суспільних, економічних та природних умов, зовнішніх умов та факторів, що впливають на всі сфери діяльності підприємства.

Серед головних інструментів аналізу зовнішнього середовища можна виділити PEST - аналіз. Цей метод дозволяє власникам бізнесу розглянути політичний, економічний, соціальний і технологічний вплив на їхній успіх (політичний: закони, правила та торгові бар'єри; економічний: інфляція, обмінні курси та процентні ставки; соціальний: вік і населення; технологічний: нові промислові технології та інвестиції в дослідження та розробки).

Крім цього, доцільно проводити аналіз галузі, а також основних конкурентів підприємства. З цією метою можуть застосовуватися: аналіз конкурентного середовища в галузі за моделлю п'яти сил М. Портера; виявлення стратегічних груп конкурентів та визначення ключових чинників

успіху; аналіз найближчих конкурентів; визначення профілю галузі; оцінка конкурентних позицій підприємства та його конкурентів [5].

За результатами проведення комплексної оцінки конкурентоспроможності складається загальна стратегія, що містить у собі місію, політику, цілі, програми та плани щодо укріплення позицій на ринку в умовах нестабільного середовища та покращення показників діяльності.

Відповідно до стратегії конкурентоспроможності формуються тактичні плани щодо забезпечення реалізації цілей стратегії. Після цього робиться прогноз щодо фінансових показників та здійснюється контроль. В кінці даної моделі проводиться аналіз отриманих результатів шляхом оцінки ступеню досягнення намічених планів.

Напрямки за якими реалізується стратегічне управління конкурентоспроможності можуть бути виражені у наступних заходах для сучасних підприємств України:

- підвищення рівня фондоозброєності та автоматизації виробництва;
- удосконалення асортиментного ряду продукції та покращення її якості;
- проведення активної рекламної діяльності та вдосконалення маркетингових комунікацій;
- впровадження інноваційних технологій;
- підвищення ефективності управління підприємством;
- підвищення кваліфікації працівників;
- робота над іміджем компанії та підвищення рівня «пізнаваності».

Таким чином, найважливіша проблема для сучасних компаній, – це проблема їх виживання і забезпечення безупинного розвитку, саме тому стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства дозволяє організаціям більш швидко та ефективно адаптуватися до умов нестабільного конкурентного середовища.

Список використаних джерел:

1. Піддубний І., Піддубна Л. Теорія конкурентоспроможності: сучасний стан і предметно-методологічні аспекти розвитку. Економіка України. 2007. № 8. С. 52–60.
2. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч.- метод. посіб. для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2006. 272 с.
3. Желуденко К. В. Стратегічне управління в забезпеченні конкурентоспроможності аграрних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 14(1). С. 89–93.

4. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І. А. Дмитрієв, І. М. Кирчата, О. М. Шершенюк. Харків : ФОП Бровін О. В., 2020. 340 с.

5. Стратегія підприємства: конспект лекцій / укладачі: І. Б. Дегтярьова, М. О. Харченко. Суми : Сумський державний університет, 2016. – 80 с.

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

С. М. ГАЙДЕНКО, канд. екон. наук, доц.

*Харківський національний університет*

*міського господарства імені О. М. Бекетова*

*[Nosamariia@gmail.com](mailto:Nosamariia@gmail.com), [gayd1981@gmail.com](mailto:gayd1981@gmail.com)*

М. І. ДМИТРИКОВА, студент 2 курсу

Методологія аналізу підприємницької та фінансово-господарської діяльності підприємств є невід'ємною теоретичною основою економічних досліджень провідних економічних науковців. Активні зміни в сучасній ринковій економіці формують необхідність у постійному удосконаленні методології аналізу підприємницької та фінансово-господарської діяльності підприємств у різних галузях. Ідуть пошуки способів підвищення ефективності діяльності підприємства з урахуванням активно розвиваючого конкурентного середовища, проводиться діагностика існуючих проблем на підприємстві, проводиться оцінка фінансових ризиків, аналіз фінансових потоків, планів розвитку тощо. Можна зробити висновок, що коректна методологія аналізу, а також сучасні тренди у інструментарії, який застосовується суттєво впливають на ефективність підприємницької та фінансово-господарської діяльності сучасного підприємства, а формування концепції підприємницької та фінансово-господарської діяльності підприємств є важливим кроком у розвитку сучасного економічного знання [4].

Фінансовий стан підприємств залежить від результатів його виробничої, підприємницької та фінансової діяльності. Якщо виробничі та фінансові плани успішно виконуються, то це позитивно впливає на фінансовий стан підприємств, і, навпаки, в результаті невиконання плану з виробництва та реалізації продукції відбувається зростання собівартості, знижується виручка та сума прибутку, отже, погіршується фінансовий стан підприємства, його платоспроможність й кредитоздатність. Зазначимо, що