

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

*Матеріали Четвертої
Всеукраїнської наукової конференції,
м. Київ – Дубаї (ОАЕ), 28 лютого – 5 березня 2012 р.*

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2013

Видання здійснене в рамках проекту “Наукові праці МАУП”

К65

Концептуальні засади формування менеджменту в Україні:
Матеріали Четвертої Всеукр. наук. конф., м. Київ – Дубаї (ОАЕ),
28 лют. – 5 берез. 2012 р. / МАУП; уклад. О. В. Баєва, Н. І. Новальська,
Л. В. Старих. – К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2013. – 292 с.

До збірника увійшли доповіді пленарних та секційних засідань, в яких розглядалися питання управління стратегічним зростанням конкурентоспроможності підприємств, сучасних аспектів управління персоналом, управління освітою та методики викладання у вищій школі, концепцій розвитку управління бізнесом, проблем та перспектив розвитку менеджменту в галузі охорони здоров'я.

Для науковців, освітян, менеджерів різних рівнів управління, а також усіх, хто цікавиться проблемами менеджменту та розвитком управлінської думки в Україні.

ББК 65.9(4УКР)290-2я43

© Міжрегіональна Академія управління
персоналом (МАУП), 2013

© ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2013

ЗМІСТ

Г. А. Дмитренко Нарощування соціального капіталу як імператив демократизації державного управління в Україні.....	7
Н. М. Терещенко Техніка моніторингу і критерії оцінювання методів та результатів управлінської діяльності.....	18
В. П. Сладкевич, Т. М. Товстуха Використання конкурентних переваг українськими підприємствами	25
С. С. Бойко Функції адміністративно-державного управління	28
Н. І. Новальська Організація та активізація самостійної роботи студентів	34
Н. М. Суліма Стан ефективності виробництва зерна та напрями її підвищення.....	40
І. Б. Чудаєва Основні моделі технопаркових структур	44
Л. О. Лопатенко, Д. Б. Лопатенко Інфраструктура: теоретичний аспект та економічне значення	47
Т. С. Мринська, О. О. Ломінська Концептуальні засади побудови ефективної структури управління податкової служби України.....	53
В. Ф. Максимчук Бюджетні системи як інструмент якості управлінських функцій	57
В. В. Шелест Конкурентна розвідка як складова забезпечення фінансової безпеки довірчих товариств.....	61
Л. О. Лопатенко, Д. Б. Лопатенко Стан та перспективи розвитку маркетингу транспортних послуг	65
М. І. Філіппов, С. Г. Гашимов Сучасний стан розвитку інноваційної сфери в Україні.....	74
Л. А. Бови Концепції маркетингу в розвитку підприємств житлового господарства України в сучасних умовах господарювання	80
С. М. Марченко Дослідження стану логістичного менеджменту на підприємствах різних форм власності.....	84
Л. В. Романова Напрями формування маркетингового управління в Україні	90
К. В. Пічик Семплінг як інструмент маркетингових комунікацій	94
В. П. Сладкевич, О. Г. Александров Формування маркетингової стратегії підприємства.....	98
Б. В. Семерей Особливості проведення кадрової політики на охоронних підприємствах в умовах конкуренції	102

В. П. СЛАДКЕВИЧ

канд. екон. наук., проф.

Т. М. ТОВСТУХА

магістрант

Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ УКРАЇНСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У сучасній ринковій економіці України всю повноту прав та обов'язків щодо організації та проведення фінансово-господарської діяльності беруть на себе підприємства, а основним механізмом регулювання пропозиції суспільного виробництва стає конкуренція. Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх боків життя суспільства, вона постійно перебуває в центрі уваги. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції змушує підприємства постійно шукати нові можливості поліпшення конкурентних переваг.

На сьогодні в умовах розвитку ринкових відносин в Україні конкурентні переваги є вирішальним фактором успіху бізнесу та економічної безпеки. Можливості підприємств конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежать від конкурентних переваг створюваної продукції чи послуг.

Дослідженнями конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства займалися такі вчені, як Т. Б. Харченко, В. Шкардун, Г. Р. Чупик, І. Коломієць, А. В. Войчак, Р. В. Камишніков та ін. Конкуренто-

спроможності підприємств присвячені праці Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, М. Портера, К. Макконелла, К. Штайльманна, Ю. А. Юданова, Р. А. Фатхутдінова, Г. Азоєва, А. Челенкова, Н. Сафіулініна.

Конкуренція — це суперництво між суб'єктами ринкової економіки за найкращі умови виробництва, вигідну позицію на ринку тощо. Вона є тією ринковою силою, що забезпечує взаємодію попиту і пропозиції, яка урівноважує ринкові ціни. Конкуренція є найефективнішим контролером використання обмежених ресурсів, примушує підприємства систематично впроваджувати нові технології, підвищувати продуктивність праці, знижувати ціни на товар, підвищувати його якість [4].

Становлення і формування конкурентного середовища обумовлює актуальність аналізу конкурентоспроможності фірми.

Конкурентоспроможність — це зумовлене економічними, соціальними та політичними чинниками становище країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках; це позиція підприємства, яка дає змогу йому ви-

грати змагання між підприємцями на ринку товарів та послуг.

Однією з головних проблем для конкурентоспроможності підприємств є можливість утримувати конкурентну перевагу, що на сьогодні є дуже важливим.

Конкурентна перевага — це становище фірми на ринку, яке дає їй можливість долати сили конкуренції та приваблювати покупців. Конкурентні переваги створюються унікальними матеріальними та нематеріальними активами, якими володіє підприємство, тими стратегічно важливими для бізнесу сферами діяльності, що дають змогу перемагати в конкурентній боротьбі. Основою конкурентних переваг, таким чином, є унікальні (ексклюзивні) активи підприємства чи особлива компетентність у сферах діяльності, важливих для певного бізнесу. Конкурентні переваги, як правило, реалізуються на рівні стратегічних одиниць бізнесу та є основою ділової (конкурентної) стратегії підприємства [2].

В історичному аспекті конкурентні переваги прийшли на зміну порівняльних переваг. Порівняльні переваги, що лежать в основі конкурентоспроможності країни чи фірми, визначаються наявністю та використанням факторів виробництва, таких як трудові, сировинні ресурси, капітал, інфраструктура та ін. Але в процесі розвитку технологічних інновацій та глобалізації бізнесу змінюється структура міжнародної конкуренції та на зміну порівняльним перевагам приходять новий зразок — конкурентні переваги. Це означає:

- переваги перестали бути статичними, вони змінюються під впливом інноваційного процесу (змінюються технології виробництва, методи управління, способи доставки та збуту продукції і т. д.). Тому, для утримання конкурентних переваг необхідне постійне впровадження нововведень;
- глобалізація бізнесу змушує компанії враховувати національні та міжнародні процеси;
- держава, територія розглядаються як основа стратегії компанії, а не лише як місце, де компанія реалізує свою діяльність.

Українські підприємства, як рівноправні учасники міжнародних економічних відносин, перебувають на стадії становлення: вони є недосвідченими “гравцями” в міжнародних відносинах, мають не так багато конкурентних переваг, але поступово усвідомлюють, що добробут країни та їх участь у міжнародному розподілі праці, ступінь інтегрованості в світове господарство і, зрештою, конкурентоспроможність усе більше залежать від того, наскільки успішно реалізується діяльність українських підприємств, інтереси яких пов’язані з національною економікою [5].

Традиційно, до ключових джерел конкурентних переваг українських підприємств зараховують:

- низьку собівартість продукту підприємства;
- широку диференціацію продуктів — результатів напрямів діяльності підприємства;
- швидкість реагування на потреби споживачів;
- ефективне сегментування ринку;

- ефективну інноваційну діяльність.

Ці фактори забезпечують конкурентоспроможність підприємств і розглядаються як пріоритетні під час розроблення, використання та реалізації конкурентних переваг.

До пріоритетів забезпечення конкурентних переваг українських підприємств можна зараховувати такі види діяльності:

- інноваційну діяльність;
- забезпечення якості продукції та процесів;
- стандартизацію та сертифікацію;
- підвищення ефективності менеджменту.

Конкурентні переваги можуть мати різноманітні форми залежно від специфіки галузі, товару, ринку. При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів та переконатися в тому, що ці переваги сприймаються ними як такі [3].

Отже, вирішення проблеми конкурентних переваг українських підприємств — це складне, стратегічне завдання. Для цього необхідно встановити найважливіші фактори, що визначають конкурентні позиції підприємств на ринку, визначити пріоритетні складові їх конкурентних переваг, обґрунтувати доцільність і механізми реалізації, сформулювати та вибрати оптимальні стратегії.

Стан та тенденції зростання конкурентоспроможності підприємств значною мірою залежать від ефективного використання визначених конкурентних переваг. Портфель конкурентних переваг дає змогу підприємству адаптуватись до зміни конкурентного середовища, зберегти

конкурентний статус і забезпечити власну конкурентоспроможність у цілому.

На сучасному етапі розвитку економіки України, в умовах її глобалізації, для підприємств найефективнішим є інноваційний підхід, який передбачає швидке реагування підприємства на зміни зовнішнього середовища.

Головне завдання, яке має виконати держава щодо своїх товаровиробників і споживачів, якомога швидко створити передумови для конкурентного середовища. Без справжньої конкуренції на внутрішньому ринку ефективний вихід на міжнародну арену забезпечити неможливо.

Література

1. *Царенко О. В.* Конкурентні переваги легкої промисловості регіонів України: методологія формування, теорія та практика: Монографія. — Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. — 504 с.
2. *Войчак А. В., Камішніков Р. В.* Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація // *Маркетинг в Україні.* — 2005. — № 2. — С. 50–53.
3. *Коломієць І. Ф.* Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації // *Конкуренція.* — 2007. — № 3. — С. 16–26.
4. *Харченко Т. Б.* Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки // *АПЕ.* — 2003. — № 2. — С. 70–73.
5. *Шершньова З. Є.* Стратегічне управління: Навч. посіб. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. — К.: КНЕУ, 1999. — 384 с.