

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Засновано у 2001 р.

Випуск 1(40)

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2014

УДК 330-339; 321.7; 159.9
ББК 65.9(4УКР)29-2я43
М58

Редакційна колегія

Подолька А. М., д-р юрид. наук, проф. — головний редактор
Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф. — заступник головного редактора
Ігнатченко А. А., канд. техн. наук — відповідальний редактор

Політичні науки

Антонюк О. В., д-р політ. наук, проф., Бабкіна О. В., д-р політ. наук, проф., Бідзюра І. П., д-р політ. наук, Варзар І. М., д-р політ. наук, проф., Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф., Гончаренко О. М., д-р іст. наук, Піляєв І. С., д-р політ. наук, Хижняк І. А., д-р іст. наук, проф., Шуба О. В., д-р політ. наук, проф.

Економічні науки

Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф., Дахно І. І., д-р екон. наук, проф., Дмитренко Г. А., д-р екон. наук, проф., Куроченко О. В., д-р екон. наук, проф., Пила В. І., д-р екон. наук, проф., Радзівський О. І., д-р екон. наук, Федоренко В. Г., д-р екон. наук, проф., Шостак Л. Б., д-р екон. наук, проф., Швець В. Я., д-р екон. наук, проф., Баєва О. В., д-р біол. наук, проф., Сафонова В. Є., д-р екон. наук, Хачатрян Г. Е., д-р екон. наук.

Юридичні науки

Александров Ю. В., канд. юрид. наук, проф., Ануфрієв М. І., д-р юрид. наук, проф., Бандурка О. О., д-р юрид. наук, проф., Бородін І. Л., д-р юрид. наук, проф., Гаркуша В. С., канд. юрид. наук, доцент, Демченко С. Ф., д-р юрид. наук, Джунь В. В., д-р юрид. наук, проф., Ковальська В. В., д-р юрид. наук, ст. наук. співр., Корнієнко М. І., канд. юрид. наук, проф., Курко М. Н., д-р юрид. наук, доцент, Мартиненко О. А., д-р юрид. наук, проф., Муравйов К. В., канд. юрид. наук, доцент, Недюха М. П., д-р філос. наук, проф., Подолька А. М., д-р юрид. наук, проф., Темченко В. І., канд. юрид. наук, доцент, Христинченко Н. П., канд. юрид. наук, Юлдашев О. Х., д-р юрид. наук, проф., Ярмиш О. Н., д-р юрид. наук, проф.

Психологічні науки

Балл Г. А., д-р психол. наук, проф., Лігоцький А. О., д-р пед. наук, проф., Ложкін Г. В., д-р психол. наук, проф., Приходько Ю. О., д-р психол. наук, проф., Сіньов В. М., д-р пед. наук, проф., Чернуха Н. М., д-р пед. наук, проф., Чуприков А. П., д-р мед. наук, проф., Бучек А. О., д-р психол. наук, проф.

Рекомендовано до друку Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 2 від 26 лютого 2014 р.)

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

М 58 Наукові праці МАУП / редкол.: А. М. Подолька (голов. ред.) [та ін.]. — К. : МАУП, 2001 — Вип. 1 (40). — К. : ДП “Вид. дім “Персонал”, 2014. — 252 с.: іл. — Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику наукових праць публікуються статті науковців, які займаються проблемами розвитку економіки, політології, психології і права.

Для науковців, викладачів, студентів, а також усіх, кого цікавить розвиток науки в Україні.

Збірник “Наукові праці МАУП” зареєстровано Державним комітетом інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України (свідоцтво від 11.04.02 за № 6048, серія КВ) як наукове видання, в якому висвітлюються результати наукових досліджень в галузях економіки, політології, соціології, психології, права, матеріалів наукових конференцій.

Вищою атестаційною комісією України “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання з політичних наук (за постановою Президії ВАК України № 1-05/4 від 26 травня 2010 р.) та юридичних наук (за постановою Президії ВАК України № 1-05/5 від 31 травня 2011 р.).

Міністерством освіти і науки України збірник “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання з економічних наук (за наказом МОН України від 21.11.13 № 1609).

ББК 65.9(4УКР)29-2я43+67.9(4УКР)я43

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2014
© ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2014

Толстенко В. Л.

Державно-правовий режим і його роль
у визначенні форми держави 115

Ульмер М. М.

Характеристика суб'єктивних та об'єктивних
передумов реалізації права касаційного
оскарження 122

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ 127**Дахно І. І.**

Концептуальні хиби у змісті дисципліни
“Міжнародні економічні відносини” 127

Денисенко М. П., Терещенко Н. М.

Формування системи управління якістю послуг у
сфері туризму 134

Шконда В. В., Кальянов А. В.

Зарубіжний досвід в галузі соціалізації розподілу
благ у контексті
соціоекономіки 139

Біленчук П. Д., Медвідь Ф. М., Шульга Ю. О.

Інноваційні засоби підготовки управлінських
кадрів: ноотехнології і грид-технології 143

Литвиненко В. І.

Особливості визначення змісту діяльності
підрозділів економічної безпеки підприємств
та їх фахівців 149

Утвенко В. В.

Управління житлово-комунальною сферою міст
України в контексті діяльності органів
місцевого самоврядування 155

Марченко С. М.

Оцінювання чинників формування
та реалізації маркетингової логістичної
системи ціноутворення підприємств
сільськогосподарського
машинобудування 162

Алмамедов Рустам Гамза огли

Забезпечення сталого економічного розвитку
і формування глобальних управлінських
стратегій 170

Ігнатенко А. В.

Аналіз в процесі управління фінансами
як засіб забезпечення ефективності
функціонування банків 176

Литвинов С. В.

Класифікація засобів, способів та форм захисту
прав платників податків 181

Михайлюк О. В.

Модель управління розвитком кадрового
потенціалу підприємства 187

Олишевский А. С.

Элементы системы управления
человеческими ресурсами как составная
часть системы управления персоналом
Государственной службы Украины
по чрезвычайным ситуациям 193

Омельченко О. В.

Теоретичні передумови стратегічного аналізу
протистояння підприємств-конкурентів 200

Романенко А. М.

Обґрунтування необхідності спрощення
процедур міжнародної торгівлі 205

Солопенко С. Р.

Механізм формування та реалізації прийняття
управлінських рішень в системі маркетингового
менеджменту бібліотеки 210

Шестак М. Л.

Теоретико-методологічне обґрунтування
та сутнісна характеристика поняття
“державна інвестиційна політика” 214

ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ 218**Мельниченко О. В., Кудренко О. В.**

Роль особистості у відносинах з державою 218

Василевський А. М.

Організаційно-управлінська модель забезпечення
адаптації молодих працівників СБУ до умов
професійної діяльності 223

Храцевський А. О.

Основні заходи щодо підвищення стимулюючої
ролі мотиваційних складових у менеджменті
морських портів України 228

Варзарь И. М.

Теоретико-историологический взгляд на диалог
“революция — реформа” в Украине эпохи
достижения ею политико-государственной
независимости 237

ДЕЯКІ ПРИКЛАДИ ОФОРМЛЕННЯ

**БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОПИСУ У СПИСКУ
ДЖЕРЕЛ (БЮЛЕТЕНЬ ВАК УКРАЇНИ, № 5,
2009) 258**

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ 260

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ПРОТИСТОЯННЯ ПІДПРИЄМСТВ-КОНКУРЕНТІВ

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 1 (40), с. 200–204

Дуже гостро стоїть питання ринкової конкуренції на сучасному етапі розвитку економіки України. Підприємствам дуже важко визначитись з пріоритетами дій щодо конкурентів через те, що існує значна кількість підприємств, які виготовляють і реалізують однакові товари або товари-замінники.

Упродовж останніх двох десятиріч для підприємств України змінюються ринкові правила, за якими вони намагаються грати по-новому. Від підприємств вимагають гнучкості задля швидкого реагування на дії конкурентів та ринкові струси. Вони повинні опановувати дієві механізми ринкової боротьби та завжди намагатись бути на крок попереду своїх конкурентів.

Конкуренція є невід'ємною частиною становлення й розвитку товарного виробництва, важливою передумовою стабілізації цін, сприяє ліквідації неефективних підприємств, раціональному перегрупуванню ресурсів, охороняє споживачів від диктату виробників.

Конкурентна боротьба загострюється в умовах економічної нестабільності й кризи. Саме за таких умов чітко помітні всі сильні сторони одних підприємств і слабкі сторони інших, виявляється, куди були марно витрачені величезні ресурси, які вже ніколи не дадуть позитивного ефекту. Конкурентна боротьба все загострюється, переможцем з якої виходить той, хто зуміє домогтись більших конкурентних переваг — переваг стосовно цільового споживача, а не переваг над конкурентами.

Визначимо теоретичні передумови управління стратегічним аналізом протистояння

підприємств конкурентів та з'ясуємо поняття “стратегічне протистояння”. Основними завданнями дослідження є: узагальнення теоретичних знань в галузі аналізу стратегічного протистояння підприємств-конкурентів; характеристика теоретичних передумов формування процесу аналізу стратегічного протистояння підприємств-конкурентів; надання визначення поняттю “стратегічне протистояння”. Об'єктом дослідження є стратегічне протистояння у конкурентному середовищі, предметом дослідження — теоретичні передумови аналізу стратегічного протистояння підприємств-конкурентів.

Роль конкуренції у функціонуванні ринкової економіки була вперше узагальнена А. Смітом ще в XVIII ст., у його відомому принципі “невидимої руки”. Він звернув увагу, що є істотна різниця між суб'єктивними устремліннями бізнесменів та їх об'єктивними результатами діяльності. А. Сміт показав, що кожен капіталіст прагне тільки до власної вигоди. Але переслідуючи власний інтерес, водночас реалізуються й інтереси всього суспільства загалом. “Немов невидима рука править миром. Вона смикає за ниточки маріонеток-підприємців та змушує їх діяти відповідно до якогось “ідеального” плану розвитку економіки”. При цьому саме конкуренція слугує “ниточками”

(конкретним механізмом), що змушує підприємців додержуватися вказівок “невидимої руки”.

Проблемам конкуренції присвячені праці таких економістів, як А. Сміт, Ф. Найт, Й. Шумпетер, М. Портер, Р. А. Фатхутдинов та ін. Кожний із цих учених має своє бачення на трактування терміна “конкуренція”. Так, М. Портер у книзі “Міжнародна конкуренція” відзначає, що конкуренція — динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з’являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти [5].

Етимологічно слово “конкуренція” сходинить до латинського “concurrentia”, що означає “зіткнення”, “змагання”.

Ученими виділені такі основні підходи до трактування терміна “конкуренція”:

Поведінковий підхід — чесне, без змови, суперництво, що ведеться між продавцями (покупцями) за більш вигідніші умови продажу та купівлі товарів (більш вигіднішим методом конкурентної боротьби вважалась зміна цін). На цій позиції стояв А. Сміт.

Неокласичний варіант поведінкового підходу пов’язаний з боротьбою за рідкі економічні блага і, зрозуміло, за гроші споживача, які витрачаються на їх придбання. “Конкуренція є прагнення якнайкраще задовольнити критеріям доступу до рідких благ”, — думка сучасного американського економіста П. Хайне [5]. Дотримується поведінкового тлумачення щодо терміна “конкуренція” також відомий учений Майкл Портер.

Структурний підхід одержав поширення у XIX ст. і особливо в XX ст., його джерела сходять до праць Ф. Еджуорта, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберліна та ін. видатних учених, які заклали фундаментальні основи сучасної західної теорії чотирьох основних типів ринків: зробленої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії і монополії. Термін “конкуренція” найчастіше використовується саме в структурному розумінні, тому що в сучасній західній економічній науці позиції цієї групи вчених дуже сильні [4].

При структурному підході відбувається зміщення акценту із самої боротьби компаній між собою на аналіз структури всього ринку, тих умов, які панують на ньому. Водночас ця позиція зайняла загальне місце в підручниках. Так, у популярному курсі “Економікс” К. Р. Макконнелла та С. Л. Брю говориться, що “конкуренція — це ситуація за наявності на ринку великих кількостей незалежних покупців і продавців, які мають можливість вільно виходити на ринок і залишати його”.

Функціональний підхід визначає роль, яку конкуренція відіграє в економіці. Й. Шумпетер, зокрема, у рамках розвитку своєї теорії економічного розвитку визначав конкуренцію як суперництво старого з новим: нових технологій, нових товарів, нових типів організації виробництва [2]. Нововведення скептично приймаються на ринку, але якщо новаторові вдасться їх здійснити, саме механізм конкуренції, шляхом переваг у вартості витрат виробництва і якості, витісняє з ринку підприємства, що використовують застарілі технології.

Висвітлюючи проблеми конкуренції за допомогою аналізу літератури, можна зробити висновок, що це поняття має багато варіантів трактування і воно не має охоплюючого універсального визначення. Хто або що конкретно здійснює конкурентну боротьбу, і в якому місці це відбувається? На поверхні явищ конкурують товари. Але зовнішня оболонка конкуренції розкриває явища, з яких виступає сутність конкуренції, її жива душа — конкуренція виробників. Отже, конкурують підприємства шляхом конкуренції товару, а маркетинг — суть і зброя цієї боротьби.

Предметом конкуренції є товар або послуга, завдяки яким підприємства-суперники прагнуть завоювати визнання і гроші споживача. Об’єктом конкуренції виступає споживач або покупець.

Своєчасно проаналізувавши конкурентів і розробивши методику конкретних дій відносно головних суперників — усе це часто приносить більше користі, ніж навіть істотний реальний ріст на певному цільовому ринку. Знання сильних і слабких сторін конкурентів

допомагають оцінити їхній потенціал, мету, дійсну і майбутню стратегії. Це дає можливість стратегічно точно зорієнтуватися на те, де саме конкурент слабкіший. Таким чином, у підприємства з'являється можливість розширити власні переваги в конкурентній боротьбі. Зробити це стає можливим лише після налагодження системи дослідження конкурентів [3].

Для оцінки й аналізу конкурентного становища підприємства розроблено та впроваджено чимало різноманітних методів. Кожний окремих метод має за необхідність диференційований підхід, аналіз специфіки галузі і цільового споживача. Саме для того щоб правильно оцінити конкурентне становище, ми використовуємо діагностику стратегічного протистояння.

На сьогодні термін “стратегічне протистояння” широко використовується в літературі [1], але в жодному джерелі не наводиться визначення цього поняття. Дослідивши його сутність, ми мали звернути увагу на те, що цей термін було створено від слова “стратегія”. Отже зупинимось на тому, що ж являє собою стратегія і яке значення вона набуває для підприємства.

Стародавня Греція характеризувала існуючий титул стратега як воєначальника, якому були надані широкі військові та політичні повноваження. Мистецтво стратега, тобто стратегія, полягало у підготовці і здобутті перемоги у війнах. Стратегія містила цілий комплекс, який займався плануванням зовнішньої політики держав, утворенням військово-політичних союзів, мала проводити розрахунки балансу сил. Стратегію використовували Олександр Македонський, римський диктатор Юлій Цезар та інші видатні воєначальники античності.

У сучасному розумінні визначення поняття “стратегія” сформулювати за допомогою одного речення дуже важко. Багато авторитетних учених-економістів пропонують власні бачення змісту стратегії, проте їх визначенням притаманний різний зміст.

Твердження відомого спеціаліста в галузі стратегічного управління І. Ансоффа розкривають поняття стратегії як перелік пра-

вил для прийняття рішень, за допомогою яких організація здійснює керівництво своєї діяльності. Американські вчені А. А. Томпсон і А. Дж. Стрікланд висвітлили думку, що стратегія — це план управління фірмою, який спрямовується на зміцнення позицій, сприяє задоволенню споживачів і досягненню поставлених цілей. Існує також безліч інших визначень поняття “стратегія”:

- “Стратегія — є мистецтвом керівництва, загальним планом ведення роботи”.

- “Стратегія — це узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координації і розподілу ресурсів компанії”.

- “Стратегія — це комплексний план, сформований для здійснення місії організації та досягнення її цілей” [4].

- “Стратегія — це зобов’язання діяти певним чином: саме таким, а не іншим”.

- “Стратегія — програма, план, генеральний курс суб’єкта управління для досягнення ним стратегічних цілей у будь-якій сфері діяльності”.

- “Сутність стратегії полягає у створенні майбутньої конкурентної переваги швидше, ніж ваші конкуренти скопіюють те, що ви використовуєте сьогодні”.

- “Стратегія — це обережне дослідження плану дій, яке розвиває конкурентну перевагу у бізнесі і примножує її”.

- “Стратегія — це визначення основних довгострокових цілей та завдань підприємства, прийняття курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей”.

Наявність великої кількості визначень стратегії свідчить про значну увагу до цього поняття серед зарубіжних та вітчизняних економістів.

Визначення стратегії як мистецтва управління — це ще одна з її важливих характеристик. Саме це словосполучення підкреслює у визначенні стратегії саме творчий, неформалізований характер стратегії. Розробка типової стратегії є неможливою; кожна стратегія є унікальною.

Таким чином, можна сказати, що стратегія — є комплексним планом діяльності

будь-якого підприємства, який розробляють на основі творчих, науково обґрунтованих підходів, і його призначення полягає у досягненні довгострокових глобальних цілей підприємства.

Для того щоб дати обґрунтоване визначення “стратегічного протистояння”, розглянемо існуючі трактування поняття “протистояння”.

У загальному визначенні поняття “протистояти” подано у тлумачному словнику С. І. Ожегова: 1. Пручатися чиймсь діям, зберігаючи стійке становище. 2. Бути протиставленим, істотно відрізнятися.

Більш широке визначення цього поняття дає словник “Війна і мир у термінах і визначеннях”, хоча тлумачення відбувається з огляду на воєнно-політичні відносини, але воно більш наближене до протистояння конкурентів, тому що протистояння підприємств-конкурентів найчастіше і є війною.

Воєнно-політичне протистояння — це характеристика воєнно-політичних відносин між окремими державами, які є суперниками (коаліціями держав), що визначає сутність через їх змагання при створенні й підтримці спрямованих один проти одного воєнно-стратегічних потенціалів.

Підсумовуючи аналіз усіх існуючих визначень “протистояння”, можна виокремити його основні тези, що стосуються саме протистоянь підприємств-конкурентів: у боротьбі конкуренти прагнуть до переваги іншої сторони в оновленні й створенні більш ефективних засобів праці; потрібно проводити більш активну розвідку на ринку; створювати умови, щоб швидко реагувати на ринкові зміни.

Таким чином, враховуючи сутність понять “стратегія” і “протистояння”, можна сформулювати загальне визначення “стратегічного протистояння”.

Стратегічне протистояння — це характер економічних відносин між підприємствами-конкурентами, який полягає у їх суперництві при створенні майбутніх конкурентних переваг, у намаганні досягти їх швидше, ніж конкуренти.

Брати участь у стратегічному протистоянні означає пручатися діям підприємств-конкурентів, спрямовувати дії на зміцнення своїх позицій, задовольняти споживачів і досягати поставлених цілей. Отже, сутність стратегічного протистояння полягає у реалізації конкурентами своїх стратегій.



Література

1. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економічна діагностика: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. — К.: Центр навч. л-ри, 2007. — 307 с.
2. Долан Э. Дж., Лингдсей Д. Рынок: макроэкономическая модель / Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. — СПб.: Ника-Центр Ельга, 1992. — 496 с.
3. Максимов В. В., Заблудська І. В., Савченко О. П. Цільовий ринок підприємства: Навч. посіб. — Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2006. — 128 с.
4. Мескон М. Х., Альберт М., Хедуори Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. — М.: Дело, 1992. — 702 с.
5. Портер М. Е. Стратегія конкуренції // Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. — К.: Основи, 1998. — 390 с.

Виходячи з важливої ролі конкуренції у функціонуванні ринкової економіки, проведено аналіз відомих підходів до визначення понять “конкуренції”, “стратегії” і “протистояння” та сформульовано визначення поняття “стратегічне протистояння”.

Исходя из важной роли конкуренции в функционировании рыночной экономики, проведен анализ известных подходов к определению понятий “конкуренции”, “стратегии” и “противостояния” и сформулировано определение понятия “стратегическое противостояние”.

Based on the important role of competition in the market economy, there is an analysis done of the known approaches to the definition of the concepts of competition and confrontation strategies and the definition of "strategic confrontation" is formulated.

Надійшла 23 вересня 2013 р.