

поточних завдань співробітників, механізм постановки цілей, механізм контролю цілей, шкали для кожного показника та цілі, набір алгоритмів дій при відхиленні від норми, фактор мотивації персоналу та фактор часу для забезпечення ефективної роботи систему у довгостроковому періоді, що дозволить назвати процес стратегічним управлінням.

### **Література.**

1. Стратегия. Harvard Business Review. – М.: Альпина Паблишер, 2017 – 289 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Портер М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс». – 2006. – 806 с.
4. Фатхутдинов Р. Стратегическая конкурентоспособность и экономика России / Р. Фатхутдинов // Общество и экономика. – № 1. – 2003. – С. 31-43.
5. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: [навчальний посібник] / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – КНЕУ, 1999. – 384 с.
6. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: Олимп-Бизнес, 2016. – 320 с.
7. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей: настольная книга автора и стратега / А. Остервальдер. – М. : Альпина Паблишер, 2015. – 288 с.

## **ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЧИХ СТРУКТУР**

***ПРОДЬМА Ю.І., СТУДЕНТКА\*,  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

В сучасних умовах, що характеризуються високим ступенем економічної інтеграції, проблеми конкурентоспроможності є актуальними для національної економіки в цілому і для виробничих структур. Від неї залежить комерційний успіх бізнесу, який, в свою чергу, залежить від якості менеджменту персоналу виробничої структури і конкурентоспроможності продукції, що випускається.

---

\* Науковий керівник: Краля В.Г., ст. викладач

Конкурентоспроможність виробничої структури – це комплексний показник, який відображає ступінь ефективності функціонування даної структури в порівнянні з конкурентними виробничими структурами. Основним критерієм порівняння є ступінь задоволення товарами (роботами, послугами) виробленими конкретної виробничої структурою потреби споживачів. Саме споживач диктує свої умови виробникам, і саме вимоги споживача виступають критеріями конкурентоспроможності виробничих структур.

Управління конкурентоспроможністю виробничих структур має будуватися на основі аналізу комплексу внутрішніх і зовнішніх факторів. Особлива роль відводиться маркетинговим дослідженням, на основі яких розробляється концепція конкурентоспроможності виробничих структур, що володіє[1]:

- можливостями формування і коригування цілей і стратегій розвитку структури відповідно до досягнутого рівня конкурентоспроможності;

- механізмом управління конкурентоспроможністю;

- комплексом організаційно-економічних заходів, в основі яких лежать програмно-цільові системи виробничих структур, що відображають необхідні організаційні, економічні та техніко-технологічні заходи в їх взаємозалежності, реалізація яких в цілому сприяє підвищенню конкурентоспроможності виробничих структур.

Концепція підвищення конкурентоспроможності передбачає використання передових науково-технічних досягнень і прогресивних форм організації господарювання на основі реалізації чітко сформульованої конкурентної стратегії, вироблення якої дозволить виробничим структурам утримати свої позиції і переваги в конкурентному середовищі, забезпечить своє виживання в довгостроковій перспективі.

Вибір конкурентної стратегії залежить, з одного боку, від привабливості галузі з точки зору довгострокової прибутковості: не всі галузі мають рівні можливості для того, щоб залишатися прибутковими протягом тривалого часу. З іншого боку, важливу роль відіграють фактори, що визначають відносну конкурентну позицію виробничої структури всередині галузі. Так, незалежно від того, який середній показник прибутковості в цілому по галузі, одні виробничі структури можуть бути набагато прибутковіше, ніж інші[2].

Тому вибір конкурентної стратегії повинен здійснюватися тільки з урахуванням цих двох аспектів, а не кожного окремо. Якщо

виробнича структура працює в перспективній галузі, її прибуток може виявитися недостатньо високим через невільно обрану конкурентну стратегію.

І навпаки, якщо виробнича структура працює в неприбутковій галузі, правильно обрана конкурентна стратегія дозволить даній структурі максимізувати свою прибутковість і домогтися більш стійкого положення в галузі.

У процесі стратегічного планування після проведення аналізу зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність для визначення конкурентних переваг, з метою формування оптимальної стратегії виробничої структури необхідно здійснювати порівняльний аналіз сильних і слабких характеристик виробничої структури з аналогічними характеристиками конкурентів і визначити ступінь популярності і сприйнятливості виявлених сильних сторін споживачами.

Успіх виробничої структури в конкурентній боротьбі вимагає розвитку виняткових переваг, що дозволяють виробничій структурі перемагати в конкурентній боротьбі за споживчий попит. І цей процес розвитку повинен йти постійно, оскільки колись досягнуті успіхи на ринку при відсутності постійної і цілеспрямованої роботи по їх нарощування можуть через певний проміжок часу бути заблоковані діями конкурентів. Необхідно формувати системний підхід до організації та управління виробничою структурою, який не тільки забезпечував би конкурентні переваги, а й створював умови для їх ефективного функціонування на постійній основі. У зв'язку з цим стратегічне планування виробничої структури має обов'язково включати розробку системи управління конкурентними перевагами, а ефективна стратегія повинна ґрунтуватися на їх розвиток[3].

Конкуренція – це суперництво між суб'єктами ринку за панівне становище. Перемагають ті гравці, які виявляються в кращому становищі, найбільш пристосовані до тих умов, які диктує ринок, мають більш високою конкурентоспроможністю, в порівнянні з іншими конкурентами.

### **Література.**

1. Сасенко М.Г. Стратегія підприємства: [підручник] / М.Г. Сасенко. – Тернопіль, 2006. – 390 с.
2. Портер М. Конкурентна перевага: Як досягти високого результату і забезпечити його стійкість / М. Портер; пер. з англ. – М. : Альпіна Бізнес Букс, 2009. – 715 с.

3. Ющук Є. Конкурентна розвідка. Маркетинг ризиків і можливостей / Є. Ющук. – М. : Вершина, 2008. – 240 с.

4. Бойчик І.М. Економіка підприємства: [навчальний посібник] / І.М. Бойчик. – [Видання 2-ге]. – 2006. – 528 с.

5. Носова Н.С. Конкурентна стратегія компанії, або маркетингові методи конкурентної боротьби / Н.С. Носова. – М. : Дашков і К, 2009. – 256 с.

## **ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

***ТАРАНОВА В.В., СТУДЕНТКА\*,  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІАЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Кадровий потенціал є невід'ємним елементом системи управління підприємством. Його рівень залежить від взаємопов'язаних організаційно-економічних та соціальних мір по формуванню, розподіленню робочої сили на рівні підприємства, від створення умов для використання та розвитку трудового потенціалу кожного працівника.

Кадровий потенціал представляє собою єдину систему яка повинна бути збалансованою. В такому випадку з'являється необхідність економічної доцільності капіталовкладень, пов'язаних з наймом, навчанням та можливостями працівника розкрити свій талант. Для управління кадровим потенціалом розглядаються наступні принципи [1, с. 280-281]:

- 1) повага до працівника, до його професіональних та моральних якостей;
- 2) відповідальність кожного працівника (повинен розуміти чим він конкретно повинен займатися (його роль) в організації);
- 3) працівник повинен знати хто його керівник та розуміти які міри можуть до нього прийматися;
- 4) мотивація, коли всі працівники без винятку за свої досягнення повинні нагороджуватися як матеріально, так і морально;
- 5) якість праці.

Найбільш актуальним для невеликих та середніх за розміром підприємств в умовах конкуренції на ринку є проведення організаційних змін при зниженні або підвищенні попиту на ринку. В

---

\* Науковий керівник: Краля В.Г., ст. викладач