кількістю і покращення за якістю саме динамічних переваг сприятиме конкурентоспроможності закладу розміщення.

Список використаних джерел

1. Жуков А. В. Обеспечение конкурентоспособности гостиничных услуг на основе применения инсентив программ : дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / Жуков А. В. ; Гос. университет упр. – М., 2014. – 172 с.

О.М. Нестеренко, канд. екон. наук, доц. *(ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)*

ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна ринкова економіка України формується та розвивається одночасно із загостренням конкурентної боротьби у світі, яка з кожним роком набуває більш глобальних масштабів. За таких умов можливості стабільного економічного зростання як в цілому економіки України, так й окремого товаровиробника багато в чому залежать від ефективного рішення такого питання, як підвищення рівня конкурентоспроможності кожного із суб'єктів господарювання.

Успішне функціонування національної економіки у складному та динамічному ринковому просторі вимагає перегляду концептуального підходу до управління конкурентоспроможністю підприємствами провідних галузей, зокрема мобілізації зусиль з адаптації систем управління та комплексного використання власного конкурентного потенціалу.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні, коли посилюється роль споживачів, зростає ризик і невизначеність умов функціонування підприємств, збільшується ступінь залежності від маркетингового середовища, посилюється конкурентна боротьба за ринки збуту товарів, особливу актуальність набуває проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Управління конкурентним потенціалом передбачає спочатку аналіз конкурентного середовища, а потім на основі цього пошук необхідних можливостей і розробку стратегічної поведінки.

Стратегічне управління конкурентним потенціалом – комплекс процесів і засобів розробки і реалізації портфеля маркетингових конкурентних стратегій підприємства з метою здійснення гнучкого

реагування на зміни в конкурентному середовищі і отримання конкурентних переваг на довгострокову перспективу.

Основними умовами успішного стратегічного управління конкурентним потенціалом в розрізі стратегічного бачення є:

– наявність чітких конкурентних цілей і постійний перегляд портфеля конкурентних маркетингових стратегій, заснованих на специфіці конкурентного середовища і на бажанні досягти певних конкурентних переваг;

– перспективне бачення – повинне бути присутнє переконання в правильності стратегій;

– систематичне програмування використовування конкурентного потенціалу підприємства для реалізації конкурентних стратегій;

– концентрація головних зусиль в потрібному місці і в потрібний час;

– гнучкість стратегічної поведінки, що забезпечує використовування мінімуму ресурсів для досягнення максимального результату;

– скоординований порядок дій керівництва.

Конкурентоспроможність – це сукупність якісних і вартісних характеристик товару, які з погляду покупця є істотними й забезпечують задоволення конкретних потреб.

Основні параметри, по яких проводиться оцінка конкурентного потенціалу, обумовлені наступними додатковими властивостями продукту: строки поставки, якість сервісу, реклама, підвищення (зниження) рівня конкурентоспроможності конкуруючих товарів, зміна співвідношення попиту та пропозиції, фінансові умови й ін.

Під час оцінювання конкурентного потенціалу можуть застосовуватися також диференціальний, комплексний і змішаний методи. При обмежених можливостях одержання необхідної інформації для оцінки конкурентоспроможності, труднощах підбора зразка-аналога можуть застосовуватися спрощені методи.

Один з варіантів оцінювання – використання графіків середньої величини економічних параметрів виробу залежно від його основного технічного параметра або корисного ефекту. Ці графіки можуть бути побудовані шляхом осереднення повних витрат для окремих моделей, що відрізняються технічними параметрами (наприклад, вантажопідйомністю, продуктивністю та ін.). Зазначений середній рівень повних питомих витрат може розглядатися як база для оцінки конкурентоспроможності продукції, що пропонується покупцям на даному ринку.

Таким чином, стійкий розвиток і успішне функціонування підприємства у динамічному конкурентному середовищі, забезпечується наявністю конкурентних переваг та адекватною до вимог ринкового середовища їх системи управління. Потенціал підприємства характеризує можливості досягнення конкурентних переваг, проте він повинен бути конкурентним, відповідати цілям, місії, стратегіям розвитку підприємства та враховувати вимоги зовнішнього середовища.

Л.Л. Носач, канд. екон. наук, доц. *(ХДУХТ, Харків)*

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Реалії сьогодення свідчать про те, що існує проблема щодо створення та забезпечення подальшого зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємств при виході на зарубіжні ринки. Так, в рейтингу конкурентоспроможності, що розраховується Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ), у 2016–2017 рр. Україна посіла 85-е місце серед 138 країн світу, втративши за рік шість позицій (у попередньому рейтингу займала 79-ту позицію).

Вже традиційно, рейтинг очолили Швейцарія та Сінгапур. До десятки найбільш конкурентоспроможних, як і в попередньому році, увійшли США, Нідерланди, Німеччина, Швеція, Великобританія, Японія, Гонконг та Фінляндія. Росія цього року посіла 43 місце в рейтингу, покращивши свої позиції на 2 пункти.

Нажаль у 7 з 12 основних показників індексу конкурентоспроможності Україна погіршила свої позиції. Найбільше нами втрачено (мінус 17 пунктів) за складовою «Ефективність ринку праці», по 9 пунктів втрачено за показниками, що характеризують розвиток фінансового ринку країни та охорону здоров'я і початкову освіту. У незадовільному стані знаходиться і розвиток інфраструктури. За міцністю банків нам другий рік поспіль присвоєно останнє місце серед оцінюваних країн світу. З-поміж 138 країн за регулюванням фондових бірж ми отримали передостаннє місце, за інфляційними змінами – 136, за якістю доріг – 134.

Основними проблемами, які перешкоджають успішній реалізації конкурентних переваг є перш за все технологічна відсталість вітчизняних компаній. Українська продукція сьогодні у більшості випадків виявляється неконкурентоспроможною внаслідок відсутності відповідних сертифікатів якості або використання таких систем оцінки