

3.Новикова А. Психология мотивационных стимулов персонала /А. Новикова// Вісник КІБіТ. – 2010. - №1. – С. 91 – 96.

4.Крючков В. Кто в ответе за демотивацию персонала? // Управление персоналом. – 2007. - №7. – с.25.

5. Ядранська О.В. Щодо створення національної моделі мотивації праці.// Держава і регіони. № 5 - 2008. - С 212-21

Науковий керівник – професор Савченко О.Ф.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ

**Нагірна А.В., аспірант,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України**

Сьогодні формування, підтримка та розвиток конкурентних переваг для підприємств будь-якої галузі напрочуд актуально, особливо, для галузі сільського господарства. Наявність конкурентних переваг підприємств щільно взаємопов'язано та обумовлено конкурентоздатністю, рівнем конкурентного потенціалу, рівнем наявної конкурентоспроможності та ступеня її реалізації. У свою чергу, конкурентні переваги слугують підвищенню конкурентоздатності підприємства, конкурентного потенціалу, конкурентоспроможності та її реалізації на ринку у забезпеченні конкурентостійкості, міцної конкурентної позиції та конкурентного статусу. Таким чином, конкурентні переваги, слід розглядати через систему їх формування, класифікації видів, через організаційний взаємозв'язок окремих складових та джерел формування, що в результаті визначають синергійний ефект у досягненні успіху підприємства в ринковому середовищі.

Серед вчених-економістів не існує однозначного підходу щодо видової класифікації конкурентних переваг, так у роботі [3, с. 44 – 46] на основі систематизації класифікаційних ознак існуючих літературних джерел [8, с. 185; 4, с. 114; 1, с. 50; 2, с. 53; 7; 6, с. 20; 5, с. 369; 9, с. 90] та доповнень авторів, виділяють наступні класифікаційні ознаки конкурентних переваг в залежності від: джерела походження, відношення до системи; ступеня відтворюваності (стійкості), характеру динаміки; методу або способу одержання конкурентної переваги; фактора та суб'єкта (ініціатора); рівня ієрархії; змісту фактора переваги;

методу конкуренції; сфери прояву; виду одержуваного ефекту від реалізації переваги; тривалості дії (терміну дії); характеру фактора; характеру виникнення; зв'язку із силами конкуренції; ступеня значущості для підприємства; можливості управління з боку підприємства; відповідності характеру цілей підприємства; ролі у забезпеченні конкурентної стратегії, а також визначені їх види.

Проаналізувавши та оцінивши основні підходи авторів до класифікації видів конкурентних переваг, можна зробити висновки проте, що вони є досить універсальні щодо різних об'єктів і не розкривають повноту системної цілісності щодо формування та розвитку конкурентних переваг на підприємстві. Нами пропонуються наступні класифікаційні ознаки конкурентних переваг, що можуть бути сформовані на підприємстві:

1) за системно комплексним підходом: переваги підприємства; переваги структурних підрозділів; переваги системи менеджменту; переваги функціональних служб підприємства; переваги управлінської команди; переваги особи (інтелектуальні переваги); переваги продукції, послуг;

2) за функціональною ознакою: переваги, що формуються в загальній системі менеджменту; маркетингу; управління персоналом; антикризового управління; управління конкурентоспроможністю; системи управління безпекою; обліково-аналітичного забезпечення; фінансово-економічного управління; логістичного управління; інноваційного управління; стратегічного управління; управління якістю діяльності; управління ефективністю діяльності; управління екологічним розвитком; управління економічним, екологічним та соціальним розвитком як системи;

3) залежно від рівня забезпечення успіху: кількісні і якісні характеристики соціальних, економічних, екологічних цілей;

4) за цільовою спрямованістю господарської структури: глобальні; локальні;

5) за функціональністю цільового спрямування: організаційні; економічні; техніко-технологічні; соціально-психологічні; сервісні; ціннові; якісні; цінності для споживача; ресурсні; виробничі; переваги моніторингу, діагностики та контролю; кадрові; логістичні; реалізаційні; інтеграційні; стратегічні;

6) за рівнем адаптивності до цільової спрямованості: стійкі; нестійкі;

7) за термінами дії: короткострокові (до 1 року); середньострокові (від 1 до 3 років); довгострокові (від 3 років);

8) залежно від джерел формування: внутрішньо-системні; зовнішні;

9) залежно від матеріальних і нематеріальних активів: технічні; технологічні; біологічні; кадрові; інтелектуальні; економічні; інституціональні; інформаційні; інноваційні; природно-кліматичні; екологічні; фінансові; структурно-виробничі; сервісу; переваги експорту; імідажеві; логістичні; маркетингові; переваги збуту та реалізації продукції; комунікаційно-господарських зв'язків; управлінські; організаційні; бренд; патенти;

10) залежно від напрямку орієнтуру: на споживача; на виробника; на постачальника; протидія конкурентам; розширення меж на внутрішньому ринку; вихід на зовнішній ринок; вимоги інших суб'єктів;

11) залежно від обраної стратегії розвитку: засновані на диференціації (якісні); засновані на низьких витратах (вартісні); засновані на сегментації ринку; фокусування; вертикальній, горизонтальній інтеграції; впровадженню нових технологій виробництва; асортиментна політика; раціональні, адекватні системи управління;

12) залежно від чинників поставлених задач: економічні задачі; соціальні задачі; екологічні задачі; єдність економічних, соціальних, екологічних задач;

13) залежно від моделі розвитку та чинників реалізації системи: інноваційні; інтеграційні; інституційні; підприємницькі; еволюційні; стратегічні;

14) залежно від видів та типів управління: управління адаптивною діяльністю; управління економічною безпекою;

15) залежно від вимог управління: за слабкими сигналами; за можливостями; за відхиленням; за результативністю; за видами орієнтованими на управління;

16) залежно від системи розв'язання задач: базові; другорядні;

17) управління конкурентними перевагами за часом впровадження: переваги, що потребують короткострокового періоду впровадження; переваги, що потребують середньострокового періоду впровадження; переваги, що потребують довгострокового періоду впровадження.

Стратегічні конкурентні переваги визначаються рівнем сформованого конкурентоспроможного потенціалу та його можливостей до адаптації щодо визначених стратегій розвитку конкурентних переваг, підприємства, здатності системи менеджменту

упереджувально формувати систему управління конкурентними перевагами на зміну та вимоги ринкового середовища. Від рівня сформованої системи конкурентних переваг, їх гнучкості та адаптивності залежатиме стратегічний розвиток та ефективність функціонування підприємства на ринку як відкритої соціально-економічної одиниці.

Запропонований підхід щодо класифікаційних ознак конкурентних переваг підприємства охоплює весь спектр можливостей розкриття їх сутності, формування та забезпечення адаптивного розвитку. Виділення однієї конкурентної переваги не дає змогу забезпечити конкурентоспроможність підприємства.

Лише система, комплекс наявних конкурентних переваг, що є адаптованими до стратегічного розвитку підприємства, в змозі забезпечити відповідний рівень конкурентоспроможності та відповідної позиції на ринку. В такому випадку, види конкурентних переваг взаємопов'язані і взаємодіючі.

Література.

1. Азов Г. А. Конкурентные преимущества фирмы / Г. А. Азов, А. П. Челенков ; Государственный университет управления, Национальный фонд подготовки кадров. – М. : «Тип «НОВОСТИ», 2000. – 256 с. - Бібліогр. : с. 251 - 252.
2. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства : сутність і класифікація / А. В. Войчак, Р. В. Камішніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50 – 53.
3. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства : оцінка, формування та розвиток / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова ; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с. рис., табл. – Бібліогр. : с. 288 – 307.
4. Кныш М. И. Конкурентные стратегии : учеб пособие / М. И. Кныш. – СПб., 2000. – 284 с., рис., табл. – Библиогр. : с. 281 – 283.
5. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг : [учеб. для слушателей, обуч. по прог. «Мастер делового администр.»] / Ж.-Ж. Ламбен; [пер. с англ. С. Жильцов]; под общ. ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2008. – 800 с. : ил. – (Серия «Классика МВА»).
6. Отенко І. П., Полтавська Є. О. Управління конкурентними перевагами підприємства / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с. : рис., табл. – Бібліогр. : с. 159 – 172.
7. Портер М. Международная конкуренция / М. Е. Портер ; [пер. с англ. И. В. Квасюк, Д. С. Комисарова, С. Д. Комисаров и др.;] ; под. ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с. : рис. – Библиогр. : с. 877 – 895.

8. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю підприємства : підручник / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська (ред.). – К. : «Кондор», 2009. – 470 с. : рис., табл.

9. Шевченко Л. С. Конкурентное управление : уч. пособие / Л. С. Шевченко. – Х. : Эспада, 2004. – 520 с. : ил., табл. – Быбльогр. : с. 500 – 518.

Науковий керівник – д.е.н. Гудзинський О.А.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ТА ЗАЙНЯТОСТІ МЕШКАНЦІВ СЕЛА

**Неділько М.Г, Кишка Е.В, студенти,
Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка**

Всебічний аналіз стану соціально-економічного розвитку сільських територій показав, що незважаючи на окремі позитивні зміни, досягнуті в результаті реформування аграрного сектору економіки, відбувається занепад та руйнація українського села. Стан сільського ринку праці характеризується загостренням проблем зайнятості та безробіття, низьким професійно-кваліфікаційним рівнем незайнятих осіб, відсутністю нових робочих місць для селян. Ці та інші факти становлять загрозу продовольчій безпеці країни, демографічному відтворенню селянства, створюють соціальну напругу на селі.

В сільській місцевості значно знизився рівень життя та доходів населення, зростає чисельність осіб, що живуть за межею бідності, поглиблюється розрив між багатими і бідними, зникає, так остаточно і не сформувавшись так званий «середній клас», який би мав слугувати основою розвитку цивілізованого суспільства.

Як показують дослідження, занепад сільської соціальної інфраструктури, відсутність робочих місць, елементарних культурно-побутових умов життя селян, низький розвиток сільських територій, недостатні умови для розвитку підприємництва на селі, сприяють відтоку сільського населення, особливо молоді, до міст і за кордон