

- способи нарахування амортизації за основними засобами;
- методи оцінки вартості основного капіталу в часі;
- оцінку ступеня ризику в процесі реального інвестування (при реалізації інвестиційних проектів та ін.).

Таким чином, кожне підприємство повинно обирати найбільш прийнятну для нього модель управління капіталом з врахуванням чинного законодавства та конкретних умов діяльності.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шинкар М.С., гр. Е-29м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **П.В. Смірнова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Ринкова трансформація економічної системи України та її інтеграція до світового господарства викликали інтерес до проблем управління підприємством, стали поштовхом до розгортання, заглиблення і впровадження досліджень стратегічного управління.

Першочергового значення набувають установки на підвищення конкурентоспроможності підприємств. Конкурентне середовище потребує прийняття відповідних управлінських рішень, швидко і рішуче реагувати на зміни навколишнього середовища.

Сучасна концепція управління господарюючими суб'єктами – це концепція стратегічного управління, що виникла як відповідь на виклики зовнішнього середовища: значного технологічного прориву, інформаційної революції, посилення глобалізації, загострення конкуренції та нестабільності.

Стратегічно орієнтоване підприємство – це підприємство, де стратегічне мислення є основою, принциповою настановою в діяльності персоналу підприємства і, насамперед, вищого керівництва, де існує система стратегічного управління; застосовується раціональний процес стратегічного планування, який дає змогу розробляти та використовувати інтегровану систему стратегічних планів, і поточна, повсякденна діяльність підпорядкована досягненню стратегічних орієнтирів.

Визначення концепції стратегічного управління передбачає формування системи управління певного (стратегічного) типу з визначенням мети як відправної точки стратегічних дій.

Стратегію можна визначити як шаблон логічної, послідовної поведінки, яка складається на підприємстві свідомо чи стихійно.

Багатофакторність вибору стратегії багато в чому визначає необхідність розробки декількох стратегічних альтернатив, з яких і здійснюється остаточний вибір. Стратегічні альтернативи – набір

різних приватних стратегій, що дозволяють досягти стратегічних цілей організації, у всьому їхньому різноманітті, у рамках обраної базової стратегії й обмежень на використання наявних ресурсів. Кожна стратегічна альтернатива надає організації різні можливості і характеризується різними витратами і результатами

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Шип К.В., гр. ЕП-41

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **О.С. Шуміло**
Харківський національний університет будівництва та архітектури

На сучасному етапі розвитку економіки в Україні вирішення проблеми конкурентоспроможності торговельних підприємств в значній мірі залежить від їх здатності сформувати і реалізувати власну стратегію виживання і розвитку, адекватну нинішнім умовам. Багато залежить від професійного рівня менеджменту, вміння налагоджувати і розвивати взаємовигідні зв'язки зі споживачами продукції і суміжними підприємствами і організаціями, правильного оцінювання потреб, які важливі для обраної галузі.

Для конкурентоспроможності торгового підприємства, необхідно модернізувати управління і чітко знати для чого це робиться, яка мета повинна бути досягнута, виробити тактику і стратегію досягнення мети. Чітка орієнтація на свої порівняльні переваги в конкуренції, невпинний пошук як всередині підприємства, так і поза ним зумовлюють набір функцій і підходи до розробки господарської стратегії.

Конкурентні переваги можуть мати різну природу. Це можуть бути природні умови та історично сформовані, а також умови, які створюються суб'єктами діяльності. Вони можуть досягатися і на базі використання нетехнологічних переваг, наприклад, дешевої робочої сили, дешевих природних ресурсів. Одним з основних чинників завоювання конкурентної переваги в сфері послуг є розвиток нових технологій. Слід пам'ятати, що наявні конкурентні переваги з часом можуть втрачатися, обумовлюючи при цьому падіння «запасу конкурентоспроможності». Сьогодні і в найближчій перспективі для збереження конкурентоспроможності торгівлі підприємства повинні мати в широкому асортименті відносно дешеві, але якісні вироби, швидко і гнучко реагувати на попит, надавати сервісні послуги на високому рівні, бути сприйнятливими до інновацій.