

певне повернення до минулого – усвідомлення значення матеріальної, технічної бази сучасного виробництва і послуг та посилення впливу технічного прогресу на досягнення цілей організації;

посилення ролі продуктивності та якості продукції для перемоги в конкурентній боротьбі;

посилення міжнародного характеру (інтернаціоналізації) менеджменту, яке ставить перед управлінською теорією і практикою багато нових питань, найважливіші з яких – загальні ознаки й відмінності в місцевому, міжнародному і національному стилях управління.

Отже, основні зміни, які відбуваються в західному світі, поступово приходять до нас. До цих змін треба готуватися, тому що вони включають: зміну поглядів (парадигм), про яку йшлося вище, теорію хаосу, глобалізацію й різноманіття робочої сили.

Список використаних джерел:

1. Локтіонов М.В. Про системні методологіях в менеджменті (опубліковано в журналі Вісник Московського університету. Серія 7. Філософія. - 2010. - № 5. - С. 105-120) <http://www.philos.msu.ru/>

2. Воронкова В.Г. Управління людськими ресурсами філософські засади: [навч. посіб.] / В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, О.М. Попов; [під ред В. Г. Воронкової]. – К. : Професіонал, 2006. – 163 с.

УДК 330.44

О.В. Зернюк, к.т.н., доцент
А.М. Пастух, студент

*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка*

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ НА РИНКУ

Формування та подальший розвиток ринкових відносин в Україні зумовлює специфіку діяльності підприємств та умов їх функціонування, оскільки підвищується рівень невизначеності, ризику, посилюється конкуренція, стає необхідністю вміння пристосовуватись до економічної ситуації, яка постійно змінюється.

Одним із основних складових компонентів механізму ринкової економіки є конкуренція. Це економічна боротьба, суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення своїх інтересів, пов'язаних з продажем цієї продукції, виконаних робіт, наданням послуг одним і тим же споживачам. Основне завдання і головна функція конкуренції – завоювати ринок, в боротьбі за споживача перемогти своїх конкурентів, забезпечити одержання сталого прибутку [3]. Таким чином, проблема досягнення й збереження сталих конкурентних позицій є однією із найважливіших проблем багатьох вітчизняних підприємств.

Нормальне функціонування підприємств різних сфер діяльності в умовах ринку припускає пошук і розробку кожним з них власної стратегії розвитку. Це зумовлює актуальність дослідження процесу стратегічного аналізу конкурентної позиції підприємства.

Концепція стратегічного управління передбачає, що кожне важливе управлінське рішення має прийматися на основі ґрунтовного стратегічного аналізу. Потенціал підприємств та чинники привабливості весь час змінюється, що викликає необхідність удосконалення методики аналізу конкурентних позицій.

Портер називає п'ять конкурентних сил, які визначають привабливість певної галузі: вхідні бар'єри при проникненні в галузь нових конкурентів; загроза продуктів-замінників; вплив покупців, що дозволяє відстоювати свої інтереси; вплив постачальників, що дозволяє їм відстоювати їх інтереси; суперництво між існуючими конкурентами в галузі [2].

Значна частина сучасних методик оцінки конкурентоспроможності підприємства ґрунтуються повною мірою або переважно на показниках, що характеризують потенціал або результати діяльності підприємства, стан його зовнішнього середовища в абсолютному вимірі без будь-якого співставлення з аналогічними характеристиками підприємств конкурентів. Порівняння значень таких показників для різних конкуруючих підприємств дозволяє визначити їхню конкурентну позицію відносно одне одного.

Для аналізу конкурентних позицій підприємства найчастіше використовують моделі, представлені у вигляді матриць, коли кожен сектор бізнесу підприємства графічно позиціонується на полях дво- або тривимірної аналітичної матриці. До таких матриць належить, наприклад, матриця BCG [3].

Конкурентна позиція підприємства значною мірою залежить від характеру, ефективності та стійкості конкурентних переваг. Формування переваг фактично трансформується в задачу адаптації системи управління до змін конкурентного середовища. З метою формування міцної конкурентної позиції підприємства слід проводити оцінку його переваг, здійснювати постійний моніторинг конкурентного середовища та формувати і реалізовувати ефективні конкурентні стратегії.

Список використаних джерел:

1. Василенко В.А. Стратегічне управління: Навчальний посібник / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. — К. : ЦУЛ, 2003. — 396 с. — С. 266.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
3. Котлик А.В. Дослідження сутності ключових понять теорії конкурентоспроможності підприємства та зв'язків між ними / А.В. Котлик // Управління розвитком. – 2011. — №4. – С.135-136.

УДК 658:332.7:65.012.34

М.В. Зось-Кіор, к.е.н., доцент
*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка*

ФОНДОЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОСТІ ЗЕМЕЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

На сьогоднішній день невирішеними завданнями науки і практики аграрного виробництва є пошук адекватних систем оцінки ефективності. При цьому платформою розвитку тваринництва та підприємств III сфери агропромислового комплексу є землеробство, тому оцінка ефективності земельного менеджменту є актуальною.