

А.Г., Позднякова Л.А., "Стратегия предприятия и стратегический менеджмент" - Харьков: Опант. 2002 - 416 с.

5. Управление организацией: Учебник / Под ред. Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатина - М.: ИНФРА - М., 2003 - 716 с.

6. Тренев Н.Н. Стратегическое управление: Учебное пособие для вузов. - М.: ПРИОР, 2002. - 288 с.

7. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економічна діагностика. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 307 с.

8. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: Учебное пособие: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2002.- 215 с.

9. Євдокимова Н.М. Економічна діагностика / Н.М. Євдокимова, А.В. Кірієнко: Навч. метод. посібник для самост. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2005. - 110 с.

10. Фомин Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия: Учеб. пособие для вузов / Я.А. Фомин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 349 с.

11. Воронкова А.З. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография. Изд 2-е. - Луганск: Изд-во Восточноукр. нац. ун-та, 2004. - 315 с.

12. Воронкова А.З. Болтоджи В.В. Принятие стратегических управленческих решений на основе диагностики состояния предприятия/Менеджер. - 2005. - № 1. - С. 110-114.

*Рецензент д.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Токмакова І.В.*

УДК 658:005.332.4

СКЛАДОВІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Кобець С. П., здобувач (УІПА)

У статті досліджено сутність і значення конкурентної стійкості підприємств машинобудування; розглянуті та систематизовані фактори, що впливають на рівень конкурентної стійкості підприємств машинобудування; визначено зміст основних етапів процесу оцінки та підвищення рівня конкурентної стійкості підприємств машинобудування.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна стійкість підприємства, конкурентоспроможність підприємства.

СОСТАВЛЯЮЩИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СТОЙКОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ

Кобець С. П., соискатель (УИПА)

В статье исследовано суть и значение конкурентной стойкости промышленных предприятий; рассмотрены и систематизированы факторы конкурентной стойкости промышленных предприятий; определено содержание основных этапов процесса оценки и повышения уровня конкурентной стойкости промышленных предприятий.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная стойкость предприятия, конкурентоспособность предприятия.

THE COMPONENTS OF THE MANAGEMENT BY THE COMPETITIVE SUSTAINABILITY OF THE ENTERPRISE

Kobets S. P., graduate student (UEPA)

The basic nature and the importance of industry's competitive stability are investigated. The author deals with need to improve enhance the stability of enterprise which will permit keep their position in the competition in the future.

The paper proposes a definition of "competitive sustainability of the enterprise", the specific features of this economic category are distinguished: unlike competitiveness which involves only the company's ability to compete and withstand competitors, competitive stability is characterized by the ability of the entity to store their own long-term competitiveness in environment changes.

The paper states that competitive stability should be seen as a result of partial sustainability of all components of this system pertaining to the directional influence on them. The factors affecting the level of sustainability of competitive industry are

investigated and regulated. Specifically two groups of factors that affect on the sustainability's level of the competitive industry: internal and external. It was proposed to include production, marketing, finance, innovation, human resources and management factors to the first group and economic, social, political, legal, scientific, technical, cultural, demographic, natural, international factors and the business environment in the country etc. were assigned to the second group.

The main stages of the evaluation process and improving the stability of the competitive industry are discussed in the article. The following stages are proposed:

1. Identification of external and internal environmental factors which influence on the level of competitive sustainability of the enterprise.
2. Grouping and identify the most important factors that influence to the level of competitive sustainability of the enterprise. Analysis of the relationships of these factors.
3. Impact assessment of factors selected for the study to the level of the competitive sustainability of the enterprise and its quantitative determination.
4. Prediction of possible changes in the factors included in the model due to possible changes of the external and internal environment.
5. The determination of possible ways and taking steps to enhance the competitive sustainability of the enterprise
6. Assessment of costs on the implementation of the developed measures and their feasibility from the standpoint of economic efficiency
7. The adoption of appropriate management decisions on development (adjustment) competitive strategies, programs, increasing competitive viability etc.
8. The conducting assess and implement regular monitoring of the implementation of competitive strategies, programs to improve the competitive sustainability of the enterprise etc.

Keywords: *competition, competitiveness, the competitive sustainability of the enterprise, competitiveness of the enterprise.*

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими та практичними завданнями. У сучасних економічних умовах, коли посилюються негативні тенденції у розвитку машинобудування, відбувається зниження обсягів експорту продукції, зменшуються обсяги виробництва, погіршуються фінансові результати необхідно приділяти значну увагу питанням підвищення рівня конкурентної стійкості підприємств, що дозволить зберегти їх позиції у конкурентній боротьбі у перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності та конкурентної стійкості підприємств є об'єктом дослідження значної кількості науковців, зокрема Кліменка С.М. [1], Рубіна Ю.Б. [3], Яременка О.Ф. [4] та ін.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Аналіз спеціальної літератури показав, що існують протиріччя у встановленні специфічних ознак категорії «конкурентна стійкість», потребують уточнення та систематизації фактори, що впливають на рівень конкурентної стійкості підприємства, потребують подальшого наукового обґрунтування підходи до оцінки та підвищення рівня конкурентної стійкості підприємства.

Формування мети статті і постановка завдань. Мета дослідження полягає у виявленні особливостей конкурентної стійкості підприємства та систематизації факторів, що на неї впливають.

Досягнення мети дослідження передбачає вирішення наступних завдань:

- встановлення специфічних ознак категорії «конкурентна стійкість» та визначення сучасного змісту цієї категорії;

- обґрунтування та систематизація факторів, що впливають на рівень конкурентної стійкості підприємств машинобудування;

- визначення змісту етапів процесу оцінки та підвищення рівня конкурентної стійкості підприємств машинобудування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління конкурентною стійкістю підприємства є комплексним і складним завданням, функціональна спрямованість якого полягає в утриманні та зміцненні існуючих та формуванні нових конкурентних переваг підприємства з метою забезпечення ефективності вирішення завдань щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства та його конкурентного статусу на вітчизняному та міжнародному ринках.

Поряд з поняттями «конкурентоспроможність», «конкурентні переваги», «конкурентний статус» у спеціальній літературі зустрічається поняття «конкурентна стійкість». Між зазначеними категоріями є тісний взаємозв'язок, але доцільно встановити та виокремити специфічні ознаки категорії «конкурентна стійкість». Конкурентна стійкість передбачає збереження і відтворюваність параметрів якісної і кількісної визначеності конкурентних позицій об'єкта протягом певного відрізка часу [4]. На нашу думку, під конкурентною стійкістю слід розуміти здатність підприємства зберігати у довгостроковому періоді власну конкурентоспроможність при змінах зовнішнього і внутрішнього середовища.

Характеризуючи конкурентну стійкість підприємства доцільно її розглядати як сумарну стійкість системи. Тобто як результат часткових стійкостей усіх складових цієї системи по відношенню до спрямованих на них впливів. При

цьому стійкість всієї системи залежить від найменших відносних опорів усіх частин системи у кожний конкретний момент часу.

Ступінь конкурентної стійкості залежить від двох груп факторів: внутрішніх та зовнішніх [3].

Перша група факторів пов'язана з показниками ефективності в усіх сферах та по всіх

аспектах діяльності підприємства. Як правило, виділяють такі ключові аспекти забезпечення конкурентної стійкості підприємства, як виробничий, маркетинговий, фінансовий, інноваційний, кадровий та організаційно-культурний, управлінський (рис. 1) [1].



Рис. 1. Головні аспекти забезпечення конкурентної стійкості підприємства

Друга група факторів, що впливають на конкурентну стійкість, пов'язана з зовнішніми умовами. Зокрема, виділяють зовнішні фактори й умови непрямого (економічні, соціальні, політичні, правові, науково-технічні, культурні, демографічні, екологічні, міжнародні фактори та умови підприємницької діяльності у країні) та прямого (постачальники, споживачі, засоби масової

інформації, суспільні організації, державні органи, конкуренти та ін.) впливу (рис.2) [2]. Саме фактори прямого впливу є своєрідним провідником впливу на фірму факторів непрямого впливу.

Процес оцінки та підвищення рівня конкурентної стійкості підприємства складається з таких етапів (рис.3).



Рис. 2. Зовнішні фактори, що впливають на рівень конкурентної стійкості підприємства

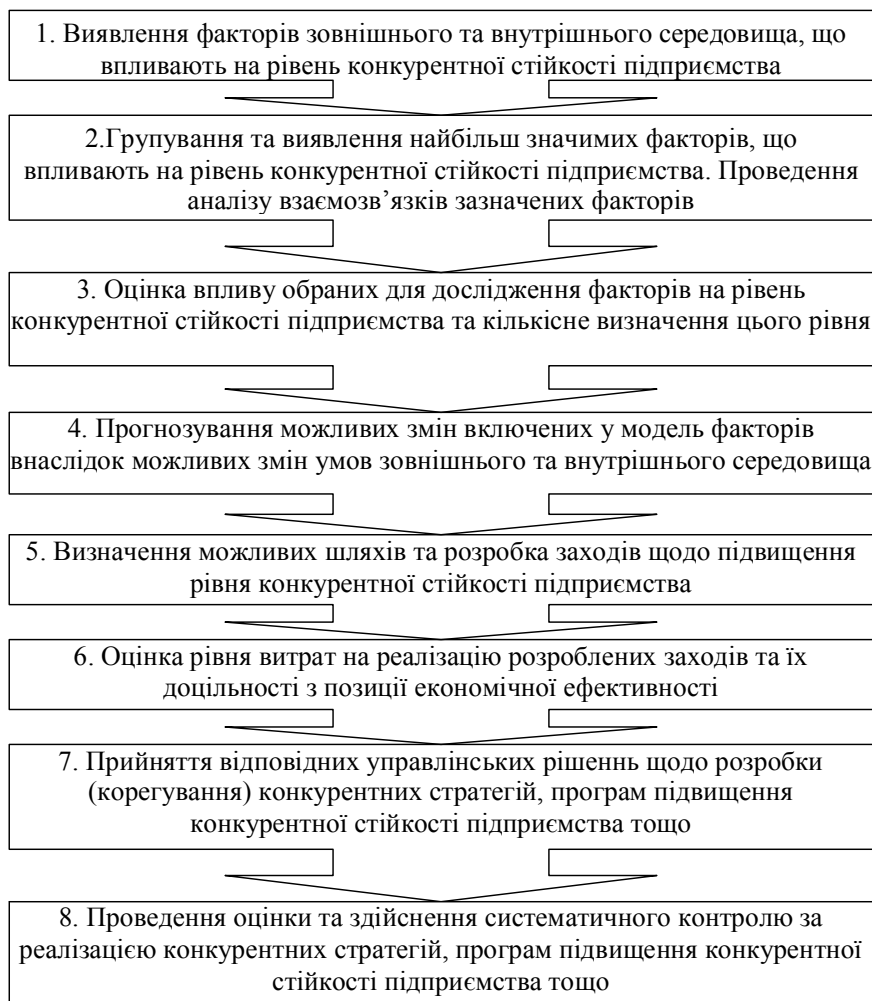


Рис. 3. Етапи оцінки та підвищення рівня конкурентної стійкості підприємства

Висновки даного дослідження і перспективи подальших робіт у цьому напрямку.

1. Під конкурентною стійкістю слід розуміти здатність підприємства зберігати у довгостроковому періоді власну конкурентоспроможність при змінах зовнішнього і внутрішнього середовища.

2. Характеризуючи конкурентну стійкість підприємства доцільно її розглядати як результат часткових стійкостей усіх складових цієї системи по відношенню до спрямованих на них впливів.

3. Ступінь конкурентної стійкості залежить від двох груп факторів: внутрішніх та зовнішніх. Перша група факторів пов'язана з показниками ефективності в усіх сферах та по всіх аспектах діяльності підприємства. Друга група факторів конкурентної стійкості пов'язана з зовнішніми умовами.

Подальші дослідження необхідні для розробки методики кількісної оцінки рівня конкурентної стійкості підприємств машинобудування.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Клименко С.М. Управление конкурентоспособностью предприятия: навч. посіб. / С.М. Клименко, О.С. Дубова, Д.О. Барабась [та ін.]. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.

2. Основы экономической теории: Навч. посібник / За ред. О.О. Мамалуя. - Київ: Юрінком Інтер, 2006. - 479с.

3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции / Рубин Ю.Б. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2004. – 572 с.

4. Яременко О.Ф. Теоретичні аспекти формування конкурентної стійкості підприємств / О.Ф. Яременко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – №5, Т.2. – С. 128-131.

*Рецензент д.е.н., професор УПА Прохорова В.В.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Уткіна Ю.М.*

УДК 658.8:65.016

РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ У РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Кузьминчук Н. В., д.е.н., доцент (НТУ «ХПИ»)

Удосконалено понятійно-категоріальний апарат теорії розвитку; відповідно до типології моделей розвитку соціально-економічних систем виділено три можливих типу їх розвитку: природний, штучний (керований), змішаний (природно керований). Запропоновано визначення та структуру (функціональний та ресурсний) соціально-економічного потенціалу регіону. Визначено роль регіонального маркетингу у розвитку територій.

Ключові слова: розвиток, регіон, регіональний маркетинг, соціально-економічний потенціал регіону.

РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИЙ

Кузьминчук Н. В., д.э.н., доцент (НТУ «ХПИ»)

Усовершенствован понятийно-категориальный аппарат теории развития; в соответствии с типологией моделей развития социально-экономических систем выделено три возможных типа их развития: естественный, искусственный (управляемый), смешанный (естественно управляемый). Предложены определение и структура (функциональный и ресурсный) социально-экономического потенциала региона. Определена роль регионального маркетинга в развитии территорий.

Ключевые слова: развитие, регион, региональный маркетинг, социально-экономический потенциал региона.

A ROLE OF REGIONAL MARKETING IS IN DEVELOPMENT OF TERRITORIES

Kuzmynchuk N. V., PhD. (NTU "KhPI")

The concept-category vehicle of theory of development is improved; in accordance with monologueii of models of development of the socio-economic systems three possible types of their development are selected: natural, artificial (guided), mixed (naturally guided). Determination of socio-economic potential of region is offered as values which are in the propert of his cocks, enterprises, state and company, and also possibility of population to their extended reproduction, possibility of providing to the population of certain quality of life and educational-cultural level; the structure of socio-economic potential of region (functional and resource) is certain the role of the regional marketing is Certain in development of territories.

Keywords: development, region, regional marketing, socio-economic potential of region.

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями. Кожна