

той рентабельності продукції, затрат на 1 грн. реалізованої продукції, коефіцієнта віддачі персонала і затрат на «содержание» одного працівника. Для визначення впливу факторів на зміну рентабельності персонала цілесообразно використовувати метод елімінації, а розрахунок показників систематизувати в декілька груп показників: до показників першого порядку належить оцінка рентабельності персонала, другого порядку – факторний аналіз рентабельності персонала, третього порядку – факторний аналіз зміни кожного з показників: рентабельності продукції, затрат на 1 гривню реалізованої продукції, коефіцієнта віддачі персонала і затрат на «содержание» одного працівника, і четвертого порядку – аналіз частинних показників руху і використання персонала в цілому і його окремих категорій.

Подібний підхід до факторного аналізу показателя чистої рентабельності персонала є основою для оцінки ефективності діяльності персонала, що представляє особливий інтерес для ра-

ботодателя і визначає напрямки нашого подальшого дослідження.

Висновки. На сьогоднішній день, для успішного функціонування підприємства недостатньо займатися тільки фінансово-економічною його складовою, соціальні аспекти діяльності, яким роботодавці віддають незначительну увагу, все більше виходять на перший план.

Ефективність використання персонала промислового підприємства потребує подальшого дослідження і формування механізму розрахунку впливу факторів на її зміну.

Проведене дослідження показало, що показником ефективності використання трудових ресурсів є рентабельність персонала, однак в літературі мало вивчений факторний підхід до розрахунку даного показника.

Результатом дослідження є запропонована факторна модель розрахунку чистої рентабельності персонала промислового підприємства і підхід до проведення аналізу ціннісного впливу окремих факторів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанюк Ж. Н. Аналіз показників руху персонала організації / Ж. Н. Балабанюк // *Економіка будівництва і міського господарства*. – 2011. – Т.7, №2. – С. 123-132.
2. Вещунова Н. Л. Бухгалтерський учет : Учеб. посібник / Н. Л. Вещунова, Л. Ф. Фомина. – М. : Фінанси і статистика. – 2000. – 496 с.
3. Виноградський М. Д. Управління персоналом : Навч. посібник / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.
4. *Економіка підприємства* : Учебник / Під ред. проф. Н. А. Сафронова. – М. : "Юрист", 1998. – 584 с.
5. *Економічний аналіз (практикум)* : Навч. пос. / О. П. Антонюк, Т. М. Ступницька, Н. М. Купріна, І. Є. Подгорна. – Львів : Магнолія 2006, 2010. – 320 с.
6. *Економічний аналіз на підприємствах харчової промисловості* : Навч. посіб. / Л. М. Чернелівський, О. В. Михайленко. – К., 2000. – 179 с.
7. Козак К. Б. Дослідження проблем управління персоналом на сучасних підприємствах / К. Б. Козак, О. В. Щиголь // *Економіка харчової промисловості*. – №4 (12). – 2011. – С. 52-55.
8. Купріна Н. М. Удосконалення механізму управління оборотним капіталом в харчовій промисловості : Автореф. дис... канд. екон. наук : 08.07.01 / Н. М. Купріна; Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. НАН України. — О., 2006. — 19 с. — укр.
9. Самойленко Г. І. Методика проведення аналізу впливу ефективності використання трудових ресурсів на фінансові результати діяльності підприємств / Г. І. Самойленко // *Вісник університету банківської справи Національного банку України*. – №1(10). – 2011. – С. 330-336.
10. Филиппова Н. В. Уточнення співвідношення змісту категорій «кадри підприємства» і «персонал підприємства» / Н. В. Филиппова // *Вісник СевНТУ* : [Зб. наук. пр.] – Вип. 116. – 2011. – С. 221-224.
11. Щекин Г. Организация и психология управления персоналом : Учеб.-метод. пособие / Г. Щекин. – К. : МАУП, 2002. – 832 с.



УДК [339.137.2:005.2]:001.11

САЛИП Ю.О., викладач

Криворізький факультет Запорізького національного університету, м. Кривий Ріг

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено визначення управління конкурентоспроможністю підприємства. Проаналізовано наукові концептуальні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства. Встановлено основні елементи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Ключові слова: управління, конкурентоспроможність, підприємство, підхід, концепція, методологія.

This article explores the definition of competitiveness of enterprises. The analysis of scientific conceptual approaches to the management of enterprise competitiveness. Was specified the main elements of competitiveness of enterprise.

Keywords: management, competitiveness, enterprise, approach, concept, methodology.

Вступ. В процесі розвитку ринкових відносин об'єктивно позначилася потреба в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. В даний час система принципів, методів і способів визначень конкурентоспроможності остаточно не вивчена, що робить необхідними обґрунтування конкурентоспроможності як інтегрованої економічної категорії і визначення концептуальних підходів та інструментів управління конкурентоспроможністю.

Постановка завдання. Метою є дослідження концептуальних підходів до управління конкурентоспроможністю підприємства.

Результати. Основу ринкової економіки складає конкурентоспроможність продукції та підприємств, яка є головною рушійною силою еволюції взаємовідносин суб'єктів, що функціонують в даному середовищі. Найбільш успішним учасником такого змагання є той, хто здатний витримувати конкурентну боротьбу ринку [14].

Серед основних дослідників, які вивчали це питання, слід відмітити досягнення Балабанова Л.В. [2], Бондаренко Г.С. [3], Галелюк М.М. [4], Горбаль Н.І. [8], Кузьміна О.Є. [8], Піддубної А.І. [10], Піддубного І.О. [10], Савельєвої Н.А. [11], також потрібно зауважити вагомий внесок у розвиток та дослідження даного питання Ансофф І. [1], Кулешова А.Б. [9], Макдоннелл Е. [1], Фатхутдінова Р.А. [13], Чайникова В.Н. [14], Чайникової Л.Н. [14], Скударь Г.М. [12] та ін. Дослідження їх теоретичних підходів і практичних рекомендацій до формування управління конкурентоспроможністю підприємств вимагає чіткої обґрунтованості та з'ясування сутності поняття управління конкурентоспроможністю підприємств.

Чайников В.Н., Чайникова Л.Н. стверджують що управління конкурентоспроможністю підприємств – це діяльність, спрямована на формування ряду управлінських рішень, які повинні бути спрямовані на протистояння всіляким зовнішнім впливам для досягнення лідерства у відповідності з поставленими стратегічними цілями [14, с. 29].

Галелюк М.М. трактує визначення управління конкурентоспроможністю підприємств як конкретну функцію менеджменту, що реалізується через здійснення загальних функцій з метою підтримання та підвищення конкурентоспроможності підприємства та його товарів, як складових єдиної системи [4, с. 15].

Кузьмін О.Є. визначає управління конкурентоспроможністю підприємств як сукупність важелів і способів впливу на сфери створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі та відповідальність суб'єктів господарювання, що реалізуються за допомогою сукупності управлінських засобів [8].

Балабанова Л.В. визначає управління конкурентоспроможністю підприємств як сукупність управлінських дій, спрямованих на дослідження дія-

льності активних і потенційних конкурентів, їхніх сильних і слабких сторін, а також розробку конкурентних стратегій, що забезпечують формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг [2].

Бондаренко Г.С. управління конкурентоспроможністю підприємств трактує як систематичний, планомірний і цілеспрямований вплив на систему конкурентоспроможності з метою збереження її стійкості чи переведення з одного стану в інший за допомогою необхідних і достатніх способів і засобів впливу [3].

Аспекти виконання загальних функцій управління, які визначають політику у сфері створення і реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі і відповідальність у даній сфері діяльності, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності. Таке твердження управління конкурентоспроможністю підприємств надають Кузьмін О.Є. і Горбаль Н.І. [8].

Піддубний І.О., Піддубна А.І. визначають управління конкурентоспроможністю підприємств як напрям менеджменту, спрямований на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєдіяльності цього суб'єкта економічної діяльності [10].

Н.А. Савельєва управління конкурентоспроможністю підприємств трактує як управління процесом формування, підтримки конкурентних переваг та подолання конкурентних слабкостей [11].

Узагальнивши вищенаведені поняття слід зауважити, що управління конкурентоспроможністю підприємства є невід'ємною складовою досягнення підприємством лідерських позицій на ринку.

Враховуючи трактування управління конкурентоспроможністю підприємства, воно є певним аспектом, який спрямований на формування розвитку і реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції. Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на використанні базових положень науки управління, відповідно до яких основними елементами системи управління (рис. 1) є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія і принципи, процес і функції управління [12].

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі [13].

Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєдіяльності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції [1].

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є певне коло осіб, які належать до скоординованої системи управління підприємством та беруть участь у розробці й реалізації управлінських рішень у сфері управління конкурентоспроможністю підприємства [1].

Методологічною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні

положення сучасної економічної та управлінської теорії, зокрема ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, концепції стратегічного управління, сучасної управлінської парадигми, а також базові принципи та прикладні інструменти, напрацьовані в рамках сучасних управлінських підходів – процесного, системного, ситуаційного тощо [1].

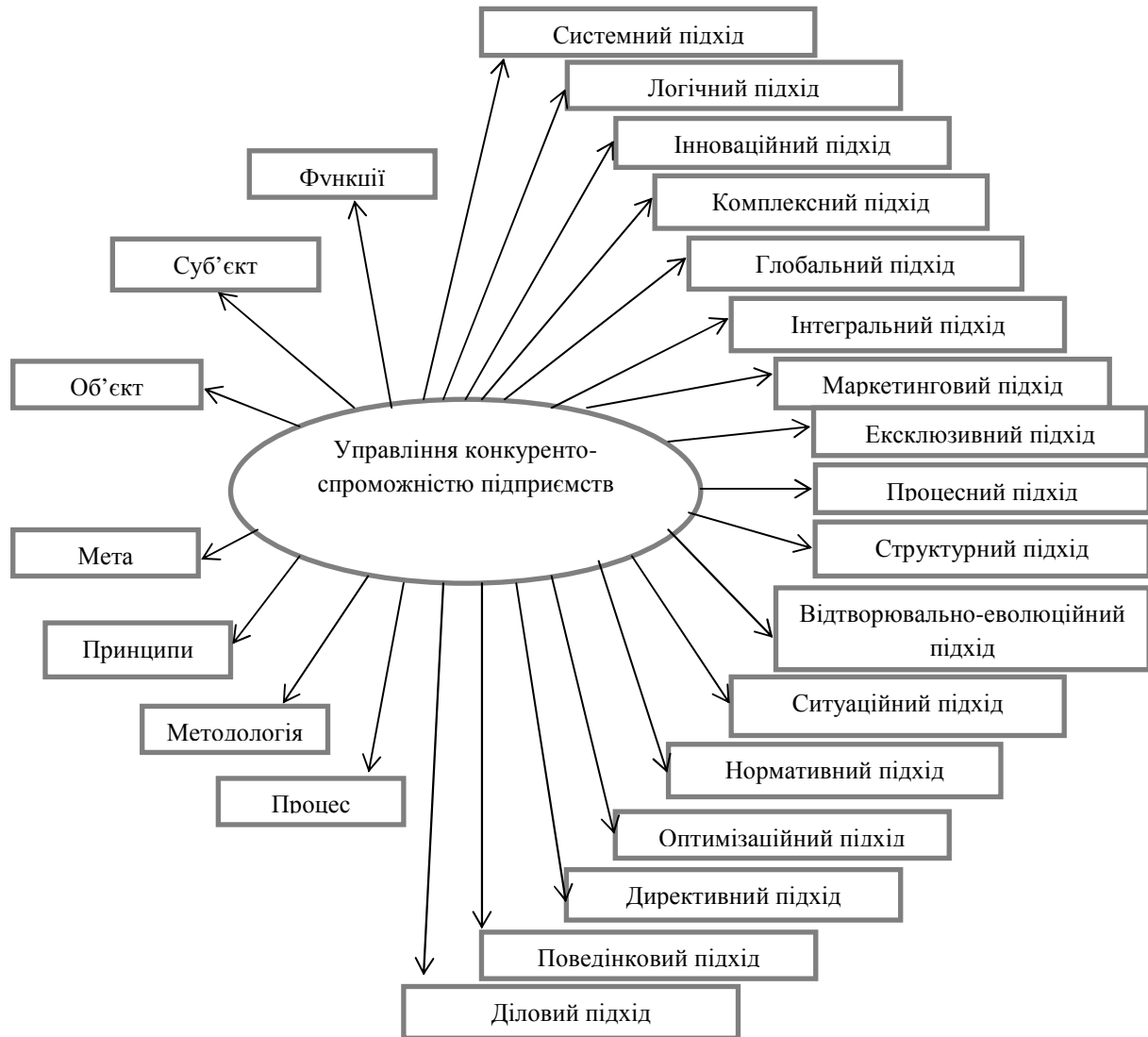


Рис. 1. Основні елементи управління конкурентоспроможністю підприємства [Узагальнено на основі 1, 6, 9, 12, 13]

Складність процесу управління конкурентоспроможністю підприємства зумовлює необхідність розгляду наукових підходів.

1. Системний підхід ґрунтується на порівняльному аналізі інваріантів ізоморфних (подібних) систем різної природи. Пізнання реальної системи полягає в тому, що за її основу беруться властивості абстрактної інваріантної системи з подальшою адаптацією їх до реальної системи. З погляду на думку авторів, для управління конкурентоспроможністю

виробничого підприємства якраз і необхідно зрозуміти, якою має бути абстрактна (ідеальна) модель управління ним для формування його здатності розвивати ті свої елементи, які даватимуть змогу оперативно реагувати на зміну середовища господарювання, якісно перевершуючи аналогічні властивості інших ринкових суб'єктів. Така модель має забезпечувати повноцінне використання управлінського потенціалу у його інтелектуальній складовій через органі-

заційний капітал, закладений у певних нормах, правилах взаємодії елементів внутрішнього середовища.

2. Основним засобом логічного підходу є принципи діалектичної та формальної логіки. Методологічні принципи діалектичної логіки:

- принцип об'єктивності розгляду об'єкта;
- принцип всебічного розгляду об'єкта;
- принцип історизму.

Методологічні принципи формальної логіки:

- принцип тотожності;
- принцип непротиріччя;
- принцип виключення третього;
- принцип достатнього обґрунтування [9, с.

235 – 237].

3. Інноваційний підхід орієнтує розвиток підприємства на активізацію інноваційної діяльності.

4. При комплексному підході обов'язковим є врахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних аспектів управління конкурентоспроможністю та їх взаємозв'язки.

5. Глобальний підхід забезпечує конкурентоспроможність великих об'єктів, мусить бути глобальною системою, а не на рівні місцезнаходження об'єкта, що аналізується.

6. Інтегральний підхід передбачає посилення співпраці суб'єктів управління, їх об'єднання, поглиблення взаємозв'язку та взаємодії між компонентами системи управління [6].

7. Маркетинговий підхід передбачає орієнтованість управлінської системи на споживача під час вирішення будь-яких задач.

8. Ексклюзивний підхід передбачає придбання суб'єктом управління права на користування нововведенням у будь-якій області діяльності або конкурентною перевагою.

9. Процесний підхід розглядає управлінські функції як взаємозалежні. Процес управління є ланцюгом безперервних дій зі стратегічного маркетингу, планування, організації процесів, обліку та контролю, мотивації та регулювання. Зосереджений на координації робіт [9, с. 242 – 244].

10. Структурний підхід визначає значущості, пріоритети серед факторів, методів, принципів та інших інструментів у їх сукупності з метою встановлення раціональності співвідношення та поліпшення процесу обґрунтування розподілу ресурсів на основі ранжування [6].

11. Відтворювально-еволюційний підхід передбачає постійне поновлення виробництва об'єкта для задоволення потреб конкретного ринку з меншими (в порівнянні з кращим аналогічним об'єктом на

даному ринку) сукупними витратами на одиницю корисного ефекту. Кожна нова модель повинна бути краще заміненою [9, с. 237 – 238].

12. Ситуаційний підхід спирається на альтернативність досягнення однієї і тієї ж самої цілі під час прийняття або реалізації управлінського рішення, обліку невизначених обставин. Даний підхід концентрується на тому, що використання тих чи інших параметрів та методів управління визначається конкретною ситуацією в конкретному місці і в конкретний час.

13. Нормативний підхід передбачає встановлення нормативів конкурентоспроможності [6].

14. Оптимізаційний підхід полягає в переході від якісних оцінок до кількісних за допомогою методів дослідження операцій, інженерних розрахунків, статистичних методів, експертних оцінок.

15. Директивний підхід полягає в регламентації функцій, прав, обов'язків, нормативів якості, витрат, тривалості, елементів системи менеджменту в нормативних актах (накази, розпорядження, вказівки, стандарти, інструкції, плани, програми, положення, методики і т.п.).

16. Поведінковий підхід передбачає підвищення ефективності підприємства за рахунок підвищення ефективності його людських ресурсів.

17. Діловий підхід полягає у визначенні підприємством якості, ефективності та перспективності діяльності людини, її культури, професіоналізму, обов'язковості та інших особливостей [9, с. 246 – 248].

Розглядаючи вищеперелічені підходи до управління конкурентоспроможністю слід зауважити, що кожне підприємство має зосередитися та застосувати методіку розрахунку конкурентоспроможності для свого підприємства, підлаштовану під напрямки діяльності, ринок, на якому підприємство конкурує, та виробничу структуру. Однак її реалізація потребує існування різних варіантів забезпечення оптимального рівня конкурентоспроможності підприємства, що обумовлено динамічністю середовища та загрозою виникнення неочікуваних конкурентних ситуацій. Тому обґрунтування концепції управління конкурентоспроможністю підприємства має відбуватися через вибір оптимального підходу, що відповідає обраній концепції поведінки та сприяє її розвитку.

Висновки. Таким чином, запропоновані концептуальні підходи відбивають поєднання теоретико-методологічних, методичних та практичних засад управління конкурентоспроможністю підприємства, індивідуальне використання яких сприятиме забезпеченню стійкого розвитку конкурентної позиції на ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф, Э. Дж. Макдоннелл / Пер. с англ. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с.
2. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : [монография] / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
3. Бондаренко Г. С. Управление конкурентоспособностью автотранспортного предприятия : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Г. С. Бондаренко ; Харк. держ. екон. ун-т. – Х., 2001. – 19 с.
4. Галелюк М. М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудівного підприємства. / М. М.

- Галелюк // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. – С. 15 – 21.
5. Йохна М. А. Методичні підходи до формування системи управління конкурентоспроможністю підприємств у глобалізованій економіці / М. А. Йохна, Г. О. Соколюк // Економіка підприємства та управління виробництвом. – 2011. – С. 81 – 85.
 6. Клюквіна М. С. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства. Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/pspe/2010_3/Klukvina_310.htm
 7. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления / В. И. Кнорринг. – [2-е изд., изм. и доп.]. – М. : Издательство НОРМА (Издательская группа НОРМА – ИНФРА-М), 2001. – 528 с.
 8. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. [для студ. спец. „Міжнародна економіка”] / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. - Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
 9. Кулешова А. Б. Конкуренция в вопросах и ответах : Учеб. пособие. – М. : ТК Велби, Проспект, 2004. – С. 235 – 248.
 10. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. – Х. : ВД „ІНЖЕК”, 2004. – 264 с.
 11. Савельева Н. А. Управление конкурентоспособностью фирмы : учебник / Н. А. Савельева. – Ростов на Дону : Феникс, 2009. – 382 с.
 12. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества : проблемы и решения / Г. М. Скударь. – К. : Наукова думка, 2009.
 13. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учеб. пособ. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2004. – 544 с.
 14. Чайникова Л. Н. Конкуренциоспособность предприятия : учеб. пособие / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.



УДК 338.439.5:338.5

АНТОНЮК П.О., канд. екон. наук

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса

АНТОНЮК О.П., канд. екон. наук, доцент

Одеська національна академія харчових технологій

ОСОБЛИВОСТІ ДИНАМІКИ СПОЖИВЧИХ ЦІН НА РИНКАХ ОЛІЇ ТА ЦУКРУ

Досліджено динаміку цін на ринках олії та цукру, виявлено особливості цінової динаміки та причини її виникнення з урахуванням дії внутрішніх та зовнішніх факторів. Запропоновано заходи по стабілізації цінової ситуації.

Ключові слова: споживчі ціни, динаміка, рентабельність, внутрішній ринок, зовнішній ринок, маркетинговий рік, дефіцит, профіцит, стабілізація, державне регулювання.

Dynamics of the prices in the markets of oil and sugar was investigated, features of price dynamics and the reason of its emergence taking into account action of internal and external factors were revealed. Actions for stabilization of a price situation were offered.

Keywords: consumer prices, dynamics, profitability, internal market, oversea market, marketing year, deficit, profit, stabilizing, government control.

Вступ. На сучасному етапі розвитку агропромислового комплексу спостерігається тенденція до систематичного зростання цін на сировинні ресурси та готову продукцію. Крім причин, пов'язаних з подорожчанням матеріальних ресурсів, збільшенням заробітної плати та інших витрат, на зростання цін впливають галузеві особливості, ступінь інтеграції у світовий ринок, заходи державного регулювання того чи іншого ринку тощо. Як правило, після певного періоду зростання цін настає пауза – ціни зменшуються, щоб в наступні роки продовжити збільшення. Така ситуація негативно впливає на ефективність виробництва, конкурентоспроможність, рівень інвестиційної привабливості. Тому для успішного розвитку олієжирового та цукрового виробництв важливим є

встановлення факторів, що впливають на зростання чи зменшення цін.

Постановка завдання. Дане дослідження направлене на виявлення основних факторів динаміки в умовах інтеграції цих харчових виробництв у світові ринкові структури і визначення можливостей для стабілізації цінової ситуації.

Результати. Українські споживачі поступово звикають до систематичного зростання споживчих цін. Проте ситуація, що складається на вітчизняному ринку продовольства в останні сім років – 2004-2010 рр. свідчить про стрімке зростання цін саме на продовольчу групу товарів, де темпи перевищують індекси споживчих цін (табл. 1).