

- впровадження штрафів та інших матеріальних покарань за ігнорування ведення «прозорої» діяльності;
- об'єднання зусиль професійних учасників фондового ринку та інших зацікавлених осіб для покращення корпоративного управління;
- забезпечення добросовісної конкуренції;
- ефективне стимулювання емісійної політики.

Список використаних джерел

1. Про акціонерні товариства: Закон України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
(дата звернення: 19.10.2022).
2. Вінник О.М., Щербина В.С. Акціонерне право : навчальний посібник. Київ, 2000. 544 с.
3. Близнюк О.В., Сидорова Т.О., Зубов В.М. Сучасні тенденції розвитку акціонерних товариств в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2013. Вип. 1 (1). С. 155–163.

Елла ДОБРОВОЛЬСЬКА,
кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування,
Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,
Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Сучасні підприємства є складними динамічними системами, які функціонують в макро-, мезо- та мікросередовищах, що сформувались в рамках національної економіки України. Конкурентоспроможність підприємств не є їхньою іманентною властивістю, тому що вона залежить від

конкурентоспроможності національної економіки, з іншого боку, власне вона її і визначає.

В умовах невизначеності та турбулентності процесів, що відбуваються, підприємствам важко орієнтуватися на ринку, і не тільки в питанні пошуку власного споживача, але й у відносинах з конкурентами, забезпечення конкурентних переваг і визначення позицій на ринку.

Тому керівникам варто освоювати нові моделі управління, розширювати знання в області конкурентоспроможності, знаходити власні способи конкурентної боротьби [5, с. 34].

Отже, ключовим завданням менеджменту українських підприємств на даному етапі інтеграції України в світовий економічний простір є розробка ефективного механізму забезпечення конкурентоспроможності їхніх виробничих систем.

Розкриття сутності конкурентоспроможності підприємства припускає, насамперед, визначення категоріального базису і уточнення поняття конкурентоспроможності як об'єкта управління.

Поняття «конкурентоспроможність» вперше було введено наприкінці 1970-х рр. М. Портером, який під конкурентоспроможністю вважав властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин.

Величезна різноманітність наукових підходів вносить певну неоднозначність і у визначення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства.

М.М. Галелюка [4, с. 15], стверджує, що це конкретна функція менеджменту, що реалізується через здійснення загальних функцій для підтримання та підвищення конкурентоспроможності підприємства та його товарів, що є складниками єдиної системи.

Л.В. Балабанова [1, с. 29–30] розуміє його як сукупність управлінських дій, спрямованих на дослідження діяльності активних і потенційних

конкурентів, їх сильних і слабких сторін, а також розроблення конкурентних стратегій, що забезпечують формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг.

Г.С. Бондаренко [2, с. 5–6] притримується точки зору, що це систематичний, планомірний і цілеспрямований вплив на систему конкурентоспроможності для збереження її стійкості чи переведення з одного стану в інший за допомогою необхідних і достатніх способів і засобів впливу.

Цікавою є позиція А.В. Солов'янчик, яка розглядає управління конкурентоспроможністю підприємства як набір управлінських дій з метою забезпечення успішної діяльності підприємства та його розвитку за нестабільних умов господарювання та динамічності зовнішніх та внутрішніх чинників впливу [6, с. 53].

Слід погодитися з О.А. Гавриш, яка зазначає, що це система заходів, що спричиняють позитивний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства задля приведення його до бажаного стану і утримання конкурентних позицій в перспективі [3].

Дослідження поглядів вчених-економістів сутності поняття управління конкурентоспроможністю підприємства, зазначимо, що є група науковців, які розглядає це поняття з точки зору функцій управління, менеджменту, інша – з точки зору сукупності певних дій та способів впливу, третя група як процес управління.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства має враховувати фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Вони можуть бути як внутрішніми – це організаційно-правова форма підприємства; структура підприємства; науково-технічний рівень виробництва; соціальний потенціал підприємства; культура; ресурси; психологічний клімат колективу; налагодженість шляхів постачання; створення ділового іміджу, так і зовнішніми: ринок товарів, технологій, робочої сили; фондовий ринок; виробниче середовище; науково-технічне середовище; соціальне середовище; державне регулювання тощо .

Система управління конкурентоспроможністю підприємства повинно базуватися на певних пріоритетах:

1. Формування нового стратегічного мислення не повинно зводитися до стратегічного планування.
2. Забезпечення ієрархічності і наскрізності управління: підприємство як відкрита система розглядається у якості частини системи вищого порядку, під якою розуміють конкурентне середовище.
3. Розуміння чинника часу як пріоритетного у конкурентній боротьбі.
4. Сприйняття управління конкурентоспроможністю як інноваційного процесу.
5. Урахування глобальної тенденції інтелектуалізації економіки.
6. Трансформація управління ресурсами в управління знаннями, що видається логічним і пов'язується з необхідністю формування інтелектуального потенціалу підприємства як запоруки його успішного функціонування.
7. Сприйняття підприємства як організації, що самонавчається.
8. Орієнтація на перехід від ієрархічної моделі управління до мережевої.

Отже, управління конкурентоспроможністю підприємства варто розглядати як узагальнююче, синтетичне поняття, яке складається під впливом сукупності різних чинників, що впливають на всі сфери господарювання підприємства. Це складний процес управління, спрямований на формування конкурентних переваг у сучасних нестабільних умовах на основі раціонального використання ресурсів, ефективного позиціонування власної продукції, забезпечення фінансової стійкості тощо.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л.В., Кривенко А.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : [монография]. Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. 147 с.
2. Бондаренко Г.С. Управление конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства : автореф. дис. ... канд. економ. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг». Х., 2001. 19 с.

3. Гавриш О.А. Принципи управління рівнем конкурентоспроможності підприємств. Ефективна економіка. 2013. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1774>

4. Галелюк М.М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудування підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2008. № 2. С. 15–21.

5. Добровольська Е.В., Заходим М.В. Формування виробництва конкурентоспроможної цукробурякової продукції на внутрішньому та світовому ринках. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. Випуск №3 (35), 2012, С. 33-39

6. Солов'янчик А. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства ринку послуг. *Управління розвитком*. 2005. № 4(182), С. 48–54.

Елла ДОБРОВОЛЬСЬКА,
кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування
Віка СВИСТУН,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності «Менеджмент»,
Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,
Україна

ОСОБИСТІ ЯКОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ

Для того щоб займатися підприємництвом, потрібно мати певні якості, без яких шанси на успіх підприємства досить обмежені. Якщо проаналізувати відомі випадки успішної діяльності колгоспу, радгоспу, заводу, бригади чи фірми, то можна дійти висновку, що здебільшого вони були пов'язані з особистістю окремих людей, підприємницькі якості яких дали змогу досягти успіхів за умов абсурдної адміністративно-командної системи управління.

На думку К. Рендолла, підприємець, як і провідний бізнесмен фірми, повинен мати сильний характер, бути чесним, сміливим у прийнятті рішень, відповідальним, тобто риси, які не можна замінити нічим. Він зазначав, що