

що представляє собою сукупність відносин, форм і методів впливу на формування, розподіл (перерозподіл) і його використання з метою підвищення ефективності діяльності підприємства.

Ефективність функціонування системи управління персоналом визначається її внеском у досягнення організаційних цілей. Головним завданням управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки є формування виробничого поведіння співробітників, що забезпечує досягнення організаційних цілей. Тому цілісність системи управління персоналом підприємства є важливою умовою її ефективного функціонування. Ефективне управління персоналом неможливо без активної і постійної участі вищого керівництва організацією у визначенні завдань управління персоналом, моделюванні поведінки, створенні і впровадженні систем управління, оцінці їхньої ефективності.

Розвиток ринкових відносин у країнах світового економічного співтовариства дозволяє зробити висновок про те, що успіх роботи підприємств визначається розробкою всіх компонентів їх систем управління, одним з яких є персонал. У зв'язку з цим особливого значення набуває удосконалення системи управління персоналом, і в першу чергу, стратегічного управління. В умовах постійно зростаючої конкуренції завдання завоювання й утримання підприємством стійкої конкурентної позиції на ринку вимагає формування і реалізації адекватної, науково обгрунтованої стратегії управління персоналом.

Література: 1. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства: Підручник – К.: Скарби, 2008. – 287с. 2. Основы менеджмента. / Под ред. В.С.Верлоки, Михайлова И.Д. – Харьков: Основа, 2009. – 412с. 3. Основы менеджмента: Учебное пособие / Под ред. А.М.Радугина – М.: Центр, 2005. – 348с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шульга А.О.

*Магістр Київського національного університету
технологій та дизайну*

Наук. керівник д.е.н., проф. Ганущак–Єфіменко Л.М.

Актуальність теми Випуск конкурентоспроможної продукції – головна вимога ринкової економіки. Якість продукції, включаючи новизну, технічний рівень виконання, відсутність дефектів, надійність в експлуатації є ключовим чинником утримання позицій на ринку, забезпечення максимального рівня продаж виробів.

Мета дослідження обгрунтувати основні теоретичні аспекти формування конкурентоспроможності підприємства з врахуванням сучасних умов розвитку ринку.

Об'єкт господарська діяльність підприємств в сучасних ринкових умовах

Предмет дослідження сучасні наукові підходи до формування конкурентних переваг підприємства

Виклад основного матеріалу

Основними напрямками отримання конкурентної переваги можуть бути:

- глибокі підходи до вивчення потреб ринку;
- доскональна розробка проектів;
- якість повинна стати принципом роботи всіх структурних підрозділів;
- система управління якістю повинна бути спрямована на запобігання дефектам і помилкам, а не на перевірку їхньої наявності;
- поліпшення рівня кваліфікації промислового персоналу.

Але для того щоб досягти лідируючого положення на певному сегменті ринку вітчизнянні підприємства, повинні переходити з ручного управління економічними процесами до моделі стратегічного управління. Такий підхід альфа–омега діяльності кожного підприємства. Сучасні підприємства перебувають у неперервному пошуку способів протидії конкурентам і пристосуванні до умов зовнішнього середовища. За таких обставин головним є вирішення питання щодо зменшення ризику від виробничої діяльності та підвищення конкурентоздатності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Конкуренція, як правило, характеризується високим рівнем суперництва: чим менше залишається конкурентів, тим більший вигаш у формі перерозподілу ринку збуту отримують суперники.

Актуальність розгляду теми «Підвищення конкурентоспроможності підприємства» буде незмінною, поки на ринку товарів і послуг будуть фігурувати різні фірми–виробники, що борються за увагу споживача до свого товару, яка, по суті, є основою їх успішності, зростання і процвітання. Як взаємозв'язане явище, стабільні компанії, що розвиваються, стають постачальниками кращих, більш дешевих товарів і послуг, при цьому притримуючись високого рівня сервісу і звертаючи увагу до бажань і потреб клієнтів. Проте не завжди споживач в змозі самостійно проаналізувати весь спектр виставлених на ринок благ цивілізації, не знаючи про всі складові конкурентоспроможності та про існуючі рекламні і маркетингові інструменти політики комунікацій.

Висновки та рекомендації Розглянувши теоретичні основи формування конкурентоспроможності продукції, можна сказати, що управління конкурентоспроможністю є обов'язковою і невід'ємною частиною менеджменту виробництва та реалізації продукції на кожному підприємстві.

Визначаючи конкурентоспроможність підприємства, виробник продукції має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів. Тому формування конкурентоспроможності підприємства в цілому починається з визначення суттєвих споживчих властивостей (потреб покупців), за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюватимуть її характеристики з товарами конкурентів по мірі конкретних потреб і цін реалізації продукції. Виробничий потенціал України сьогодні здатний забезпечити вдвічі більші обсяги споживання. На жаль, розвиток стримується передусім низькою купівельною спроможністю населення.

Література: 1. Барабась Д.О. Конкурентні переваги та ключові фактори успіху: спільне та відмінне // Управління підприємством: діагностика, стратегія, ефективність. Матеріали VII Міжнародної науково–практичної конференції, 23–25 листопада 2000 р. – Київ–Дніпропетровськ, 2007. – С. 10–11. 2. Котельников Д.І., Задорожна С.М. Управління конкурентоспроможністю. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий Дім “Слово”, 2008. – 168с. 3. Котлер Ф., Триас де Без Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей / Пер.с англ. Под ред Т.Р. Тэор. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2008. – 192 с.