затримках) й аналіз наслідків цих ситуацій для досліджуваного підприємства, з метою досягнення стабільності роботи системи ми відкоригували вихідні умови, користуючись рекомендаціями авторів [1].

Запропонована методика моделювання системи управління запасами МТР дозволить досліджуваним підприємствам покращити МТЗ, уникнути дефіциту найбільш затребуваних ресурсів для ремонту сільгосптехніки та підвищити, у кінцевому рахунку, ефективність господарської діяльності.

Література:

1. Мочалин С.М., Чебакова Е.О. Практикум по логистике. Омск: Изд-во СибАДИ, 2004. 90 с.
2. Николайчук В.Е. Заготовительная и производственная логистика. СПб: Питер, 2011. 160 с.
3. Оснач О.Ф., Пилипчук В.П., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг: Підручник. 2-ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 364 с.
4. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2011. 608 с.

Журило І.В. *– к.е.н., доцент;*
Хіміч Ю.А. *– здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня*
Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОМОНТАЖНИХ ПОСЛУГ

Електромонтажні підприємства (ЕМП) вирішують надзвичайно важливі завдання забезпечення надійного, економічного та безпечного енергопостачання, що є актуальним для підприємств усіх галузей народного господарства, а також для побутового обслуговування населення. Як і будь-яке інше підприємство, ЕМП може бути конкурентоспроможним тільки тоді, коли воно володіє перевагою перед конкурентами у залученні споживачів і надійно захищене від дії конкурентних сил.

Раціонально спланувати й організувати свою діяльність у цьому напрямку, функціонувати упродовж тривалого часу, задовольняючи потреби і запити покупців краще ніж конкуренти при ефективному використанні власного ресурсного потенціалу, ЕМП зможе за умов налагодження ефективної системи стратегічного управління своєю конкурентоспроможністю.

Не зважаючи на існування великої кількості праць, присвячених теорії конкуренції, особливостям формування конкурентних взаємовідносин, а також підходам, принципам і методам підвищення конкурентоспроможності підприємств, недостатньо дослідженими залишаються питання, які стосуються концептуальних основ стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств з урахуванням специфіки їх діяльності та сучасних реалій.

Конкурентоспроможність як ключовий структурний елемент системи конкурентних відносин являє собою багатогранну синтетичну категорію. На основі аналізу наукових джерел [3, 4, 9] щодо сутності категорії «конкурентоспроможність підприємства», складено перелік змістовних характеристик даного поняття, до яких слід віднести: порівняльний характер, диференційованість, динамічність, релевантність, багатоаспектність, комплексність, відносний характер, орієнтація на концепцію маркетингу та стратегічний характер. Вважаємо, що запропоноване нами наступне визначення у повній мірі відбиває зазначені характеристики, тому воно повинно лягти в основу створення ефективної системи стратегічного управління конкурентоспроможністю ЕМП: ***конкурентоспроможність підприємства*** (КСП) характеризує його здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними суб‘єктами господарювання на даному ринку за ступенем задоволення потреб споживачів у визначений проміжок часу, за ефективністю стратегічної, маркетингової та виробничої діяльності, а також рівнем сформованих конкурентних переваг щодо ендогенних властивостей його продукції (послуг) (якість, ціна споживання, упаковка, марка, імідж, умови продажу, післяпродажне обслуговування) та сукупності екзогенних факторів (ресурси, процеси у внутрішньому та зовнішньому середовищах

підприємства).

Ключовою підсистемою системи управління конкурентоспроможністю підприємства (УКП) є оцінка конкурентоспроможності підприємства та його продукції (послуг). Вважаємо, що для оцінки конкурентоспроможності ЕМП у нинішніх складних економічних умовах слід обирати методичний підхід, який не потребує великих витрат коштів та часу для застосування, включає обов‘язкову оцінку конкурентоспроможності робіт і послуг підприємства та передбачає проведення діагностики його фінансово-економічного стану та загрози банкрутства. Таким вимогам відповідає методика, описана в [6, 7]. Вона базується на теорії ефективної конкуренції М. Портера та проводиться у три етапи: 1) оцінка конкурентоспроможності товару; 2) оцінка критеріїв КСП; 3) визначення конкурентної позиції підприємства на ринку.

Запропонований та апробований нами алгоритм оцінки конкурентоспроможності такого напрямку діяльності ЕМП, як проведення електромонтажних робіт передбачає: 1. Вибір найбільш значущих якісних характеристик даної послуги. 2. Збір інформації про обрані показники якості послуги. 3. Переведення оцінюваних показників якості у безрозмірні величини відносно певної бази порівняння (потреби споживачів, конкуруючої послуги, нормативних вимог тощо); 4. Визначення інтегрального показника якості послуги. 5. На основі висновку про конкурентоспроможність послуги ЕМП порівняно з конкурентами, розробка відповідних заходів щодо її розвитку та/або укріплення.

Досягнення високого рівня конкурентоспроможності ЕМП та його послуг можливе за рахунок впровадження на ньому системи УКП, зміст якої проявляється, між іншим, у реалізації трьох рівнів управління конкурентоспроможністю: стратегічного, тактичного і оперативного [2].

Стратегічне управління при цьому є базовим, основоположним. Воно здійснюється на рівні вищого керівництва підприємства і орієнтується на довгострокові перспективи розвитку. У повній мірі його сутність відбиває, на наш погляд, визначення, сформульоване нами на основі синтезу підходів до дефініції категорії УКП у джерелах

[1, 8]. ***Стратегічне УКП*** являє собою: - систему впливу суб'єкта (вищого керівництва підприємства) на об'єкт (конкурентоспроможність) з метою переведення цього об'єкту у бажаний стан за допомогою розвитку параметрів об'єкту; - систему впливу на елементи і процеси, що забезпечують формування конкурентних переваг і розвиток конкурентного потенціалу підприємства з метою підвищення його стійкості в умовах зростання конкурентного тиску і зміни чинників зовнішнього середовища; - діяльність із встановлення перспективних цілей підприємства й ефективного їх досягнення на основі утримання конкурентних переваг і адекватного реагування на зміну зовнішнього середовища; - сукупність управлінських дій, спрямованих на дослідження діяльності існуючих і потенційних конкурентів та інших чинників конкуренції, а також розробку конкурентних стратегій, які забезпечують формування і підтримку довгострокових конкурентних переваг.

Для налагодження ефективної системи стратегічного управління конкурентоспроможністю ЕМП, його керівництво має бути обізнаним у питаннях складу основних елементів цієї системи з урахуванням відповідних галузевих особливостей. На основі узагальнення, уточнення і доповнення результатів численних досліджень ми склали перелік основних елементів системи стратегічного управління конкурентоспроможністю ЕМП: об‘єкт, суб‘єкт, предмет управління; тип системи; принципи, на яких базується система; основні функції, що реалізовуються в системі УКП; підсистеми системи стратегічного УКП; механізм УКП.

В основу формування складових системи стратегічного управління ЕМП мають бути покладені принципи стратегічного управління КСП, які слугують основою для визначення структури, функцій, підсистем та етапів системи стратегічного управління ЕМП: принцип цілеспрямованості; принцип наукової обґрунтованості; принцип системності; принцип систематичності; принцип ієрархічності; принцип гнучкості та адаптивності; принцип комплексності; принцип багатоваріантності; принцип альтернативності; принцип зворотного зв‘язку; принцип економічності; принцип розвитку; принцип управлінської оптимальності; принцип стимулювання

зацікавленості.

Література:

1. Балабанова Л.В., Крищенко А.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: Монография. Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. 147 с.

2. Єлець О.П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. №1(1). С. 58-64.

3. Журба І.О., Коляденко Ю.М. Сутність і значення конкурентоспроможності підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2012. № 35. С. 97-103.

4. Журило І.В. Конкурентоспроможність нової продукції промислово-виробничого призначення: теоретичні аспекти, методика прогнозування та забезпечення: монографія: Кіровоград: ПВЦ «Мавік», 2011. 186 с.

5. Журило І.В., Хіміч Ю.А. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства електромонтажних послуг. *Центральноукраїнький науковий вісник. Економічні науки*. Вип. 8(41). Кропивницький: ЦНТУ, 2022. С. 113-128.

6. Конкурентоспособность продукции и предприятия / Б.В. Буркинский и др.; под ред. Б.В. Буркинского. Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2008 132 с.

7. Максимов И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия. *Маркетинг*. 2006. № 3. С. 33-39.

8. Нижник І.В. Управління конкурентоспроможністю промислових підприємств: методи та механізми підвищення: монографія / за наук. ред. М.П. Войнаренка. Хмельницький: ХНУ, 2017. 219 с

9. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. Посіб. /С.Л. Клименко, Т.В. Омельченко, Д.О. Барабась, та ін. К.: КНЕУ, 2008. 520 с.