

– процес формування інвестиційних ресурсів являється неперервним;

– існує пряма зв'язь між метою інвестиційної стратегії та формуванням інвестиційних ресурсів.

При визначенні оптимальної структури формування джерел інвестування слід враховувати вимоги платієспроможності та фінансової стійкості підприємства. В міжнародній практиці оптимальним вважається, коли за рахунок позичених коштів може бути профінансовано близько 50% загальних потреб компанії в фінансових ресурсах. Однак зростання власних інвестиційних ресурсів, в свою чергу, дозволяє підприємству бути менш залежним від позичених джерел фінансування, а також забезпечити його платієспроможність, фінансову стійкість та спроможність до самофінансування.

Таким чином, формування оптимальної структури інвестиційних ресурсів забезпечить єдине комплексне вплив на інвестиційну діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання, що дозволить їм значно підвищити свою інвестиційну привабливість та фінансову стійкість.

#### *Література:*

1. Удалих О.О. Управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства: [навч. посіб.] / О.О. Удалих. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 292 с.

2. Васильєва Т.А. Проблема формування інвестиційних ресурсів підприємства в трансформаційній економіці / Т.А. Васильєва, О.С. Грищенко // Вісник Української академії банківської справи. – 2005. – № 2 (19). – С. 86–89.

3. Бланк І.А. Інвестиційний менеджмент: [учеб. курс] / І.А. Бланк. – К.: Ельга, Ника-Центр, 2001. – 448 с.

## **СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК КОМПЛЕКСНА СТРАТЕГІЯ**

*Кірпилова В.В.*

*Науковий керівник: Бугріменко Р.М., к.е.н, доцент  
Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Будь-яка загальна стратегія базується на обраних загальних конкурентних стратегіях. Зв'язок між загальними та загальноконкурентними стратегіями прямий: обираючи загальноконкурентну стратегію, організація визначає спосіб досягнення своїх стратегічних орієнтирів. Поєднання загальних і загальноконкурентних стратегій залежить від характеристик галузі, загальної конкурентної позиції фірми в середовищі, характеристик самого підприємства.

З позиції обґрунтування і розвитку стратегій, їх взаємозв'язку з іншими стратегіями організації, виділяють наступні види:

- корпоративна стратегія – загальний план управління, який поширюється на всю компанію, охоплюючи всі напрями її діяльності (господарський портфель компанії); складається з дій, спрямованих на затвердження своїх позицій в різних галузях діяльності, і підходів щодо управління справами компанії);

- ділова (конкурентна) стратегія – концентрується на діях і підходах, пов'язаних з управлінням і направлених на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу (стратегічній зоні господарювання); показує, як завоювати сильні довгострокові конкурентні переваги;

- функціональна стратегія – відноситься до плану управління поточною діяльністю окремого підрозділу або ключового функціонального напрямку усередині певної сфери діяльності);

- операційна стратегія – концентрується на ще конкретніших стратегічних ініціатив і підходів в управлінні ключовими оперативними одиницями при рішенні щоденних оперативних задач, що мають стратегічну важливість.

Всі перераховані види стратегій взаємозв'язані, найважливішою умовою успішного функціонування підприємств на ринку є обґрунтування і реалізація стратегій на кожному рівні управління.

Конкурентні стратегії складаються з ряду підходів і напрямів, що розробляються керівництвом з метою досягнення як найкращих показників роботи в одній конкретній сфері діяльності. Вони визначають засоби конкурентної боротьби фірми на цільових ринках і виступає як:

- своєчасна реакція на зміни в галузі, в економіці в цілому, в політиці й інших значущих сферах;

- розробка конкурентноздатних заходів і дій, ринкових підходів, які можуть забезпечити міцну перевагу перед конкурентами;

- об'єднання стратегічних ініціатив функціональних відділів;

- вирішення конкретних стратегічних проблем, актуальних в даний момент.

Конкурентна стратегія фірми дозволяє дати відповідь на питання, як фірма конкурує на цільовому ринку, за рахунок чого вона витримує конкурентний тиск і отримує перемогу в конкурентній боротьбі?». При тому, що в різних джерелах ці стратегії мають різні назви – «конкурентні стратегії», «маркетингові стратегії», «підприємницькі стратегії», «корпоративні стратегії», «портфельні стратегії» «стратегії бізнесу» тощо, мова завжди йде про одне і те саме – як підприємству діяти на ринку.

Стратегії конкуренції компаній у галузі можуть відрізнятися за багатьма стратегічними показниками. Масштаб стратегічних відмінностей за конкретним показником залежить від галузі. Стратегічні показники для конкретної фірми, як правило, утворюють внутрішньо узгоджений перелік. Кожен з них можна описати більш чи менш детально, і для вдосконалення аналізу можна додати інші показники. До галузі, як правило, входять фірми з кількома різними, хоча й внутрішньо узгодженими комбінаціями показників.

Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства – це комплексна стратегія підприємства, яка включає довгострокові програми дій по всіх функціональних напрямках його діяльності, спрямовані на формування належного рівня конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності.

Складовими стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства є:

- товарно–ринкова стратегія, яка включає в себе рішення по таких аспектах, як номенклатура й асортимент продукції та ступінь їхнього оновлення, масштаби виробництва, якість продукції, реклама, обслуговування споживача, ціноутворення;

- ресурсно–ринкова стратегія, яка включає в себе рішення по таких аспектах, як обсяг ресурсних запасів і частота їх поповнення, якість ресурсів, поведінка на ринку ресурсів;

- технологічна стратегія, яка включає в себе рішення по таких аспектах, як характер технології, ступінь стабільності технології, НДДКР та оновлення технології, технологічні розриви;

- інтеграційна стратегія, яка включає в себе рішення по таких аспектах, як вертикальна інтеграція, горизонтальна інтеграція, діагональна інтеграція;

- інвестиційно–фінансова стратегія, яка включає в себе рішення по таких аспектах, як залучення зовнішніх фінансових ресурсів, повернення залучених коштів, інвестування власних коштів;

- соціальна стратегія, яка включає в себе рішення по таких аспектах, як чисельність робітників, взаємозамінність робітників, диференціація робітників, ступінь патерналізму, соціальний тип колективу;

- управлінська стратегія, яка включає в себе рішення по таких аспектах, як тип управління, організаційна структура, управлінські комунікації тощо.

В умовах зростання конкуренції практичний інтерес з боку комерційних організацій до конкурентних стратегій посилюється, тому проблеми, пов'язані з розробкою і реалізацією конкурентних стратегій, є актуальними.

## **ОЦІНКА ДОЦІЛЬНОСТІ ПРОЕКТУ З ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА СПІЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛОСИПЕДІВ**

*Кобзарєва Г.Ю.*

*Науковий керівник: Горова К.О., к.е.н., доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Щодня наша планета піддається жахливому впливу парникових газів, що виробляються автомобілями з двигунами внутрішнього згорання. Транспортно-дорожній комплекс – одне з найпотужніших джерел забруднення навколишнього середовища. Крім того, транспорт – основне джерело шуму у містах, а також джерело теплового забруднення. Гази, які виділяються внаслідок спалювання палива у двигунах внутрішнього згорання, містять більше 200 найменувань шкідливих речовин, у тому числі канцерогени.