



Рис. 2. Мотиваційні пріоритету працівників Центру  
(побудовано автором)

Перспективи подальших досліджень складає розроблення рекомендацій щодо вдосконалення стимулювання праці працівників Центру.

## УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Чуб В.Ю.*

*Науковий керівник: Солопун Н.М., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сьогодні конкурентоспроможність продукції та підприємства стає все більш хвилюючим питанням. В умовах ринкової економіки у підприємства виникає необхідність свідомого управління змінами на основі науково обґрунтованої процедури їх передбачення, регуляції, пристосування до умов, що змінюються. Перед підприємством постає задача не тільки визначати свою конкурентоспроможність в даний час і своєчасно реагувати на зміни, але і визначати свою майбутню конкурентоспроможність.

Управління конкурентоспроможністю підприємства завжди є актуальним питанням для менеджменту як окремого підприємства, так і для держави в цілому. Проблема конкурентоспроможності є визначальною в промисловому та аграрному розвитку країн світу. Вона має глобальний характер, тому що з однієї сторони, визначає багато аспектів економічної і соціальної політики країн, а з іншої – стосується інтересів всіх їхніх громадян, що виступають у ролі споживачів.

Процес формування конкурентоспроможних господарських структур ринкового типу, здатних з максимальною ефективністю використовувати землю та забезпечувати стабільну продовольчу безпеку держави, посідає важливе місце в аграрній політиці. Значення конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери в мовах сучасної економіки незмінно зростає, набуває більшої необхідності насичення ринку сільськогосподарськими продуктами вітчизняного виробництва, покращення їх якості, розширення асортименту та визначає спроможність країни реалізовувати свою продукцію як усередині, так і поза країною.

Конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. У широкому розумінні конкурентоспроможність зумовлена економічними, соціальними, політичними чинниками, позиціями країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках. За умов відкритої економіки вона може визначатися як здатність підприємства протистояти конкуренції на власному ринку і ринках інших країн [1].

Багато науковців у основу забезпечення конкурентоспроможності підприємства покладають поняття конкурентної переваги. Конкурентні переваги – це сукупність ключових відмінних від суперників чинників успіху, які сприяють забезпеченню підприємству стійкої лідируючої конкурентної позиції на ринку на певний період [2].

Концепція конкурентних переваг вперше була розроблена М. Портером. У своїх роботах він аналізував чинники, використання яких дозволить підприємству одержати перевагу перед конкурентами. На його думку, конкурентна перевага «виникає як результат знаходження та використання унікальних, відмінних від суперників, способів конкуренції, які можуть утримуватися деякий період часу» [3].

Сьогодні важливим є поняття «стала конкурентна перевага». Стала конкурентна перевага є базисом, на якому будується успішний бізнес. Стала конкурентна перевага – це тривала вигода застосування деякої унікальної стратегії, що створює споживчу ту соціальну цінність, що заснована на унікальній комбінації внутрішніх ресурсів і здібностей, які не можуть бути швидко (або взагалі) відтворені конкурентами. Така перевага надає можливість бізнесу підтримувати та покращувати власні конкурентні позиції на ринку, виживати в боротьбі з конкурентами протягом тривалого часу.

Ознаками конкурентоспроможного підприємства є вже відомі: стійка бізнес-модель, успішні інновації, унікальна торгова пропозиція тощо. Але основним базисом для вибудови сталої конкурентної переваги, яка стане базисом для активного розвитку підприємства, є орієнтація на цілі сталого розвитку людства та соціальну орієнтацію бізнесу. Серед сучасних тенденцій розвитку світового співтовариства важливе місце посідає Концепція сталого розвитку економіки, яка передбачає такий розвиток, при якому задоволення потреб нинішніх поколінь здійснюється без шкоди для можливостей майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби [4].

Тому побудова концепції власних конкурентних переваг на основі засад сталого розвитку суспільства є одним з перспективних напрямків розвитку сучасного підприємства.

### *Література:*

1. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия. Х.: Основа, 2005. 168 с.
2. Близнюк С.В., Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 7. С. 40-42.
3. Портер М. Международная конкуренция / Под ред. В.Д. Щетинина. Пер. с англ. М.: Международные отношения. 1993. 896 с.
4. Солопун Н.М., Пономарьова Н.В. «Зелені» інвестиції як приклад соціально-перетворювального впливу у функціонуванні автомобільного транспорту. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2019. № 2 (23). С. 139-152.

## **СФЕРИ ПРОЯВУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

*Шестріко Д.В.*

*Науковий керівник: Бочарова Н.А., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На сьогодні пріоритетними напрямками для України є інтеграція до європейського співтовариства, перехід до сталого економічного розвитку та формування ефективних відносин між державою, суспільством та підприємствами. Досягненню цих цілей сприятиме дотримання підприємствами канонів соціально відповідального бізнесу.

Низький рівень корпоративної культури призвів до фінансової та економічної слабкості значної частини суб'єктів бізнесу в Україні. Ситуація, що склалася в країні, вимагає пошук нових шляхів досягнення соціального благополуччя в суспільстві. Одним з таких способів є соціальна відповідальність бізнесу.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) пов'язується не тільки з внутрішньогосподарською діяльністю підприємств, а й поширюється на її стосунки із зовнішнім оточенням. Це можна побачити на рис. 1 та рис. 2.

Недоліком КСВ в Україні є орієнтація на споживача та органи державної влади. Серед недоліків у становленні та розвитку КСВ можна виділити і підготовку нефінансової звітності. По-перше, почавши підготовку нефінансової звітності, відмовитися будь-коли вже буде неможливо: це буде рахуватися поганим тоном та стосуватиметься іміджу підприємства. При цьому, ресурси, які будуть витрачатися на підготовку цього звіту (людські ресурси) будуть збільшуватися.