

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

І науково-практичної Інтернет-конференції

**«ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ,
УСТАНОВАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯМИ»**

20 лютого 2014 року

м.Рівне

| | |
|--|---|
| ББК 65.050 УДК 33.05 Ф 79 | Формування ефективної моделі управління підприємствами, установами та організаціями: Матеріали I науково-практичної Інтернет-конференції. – Рівне.: – 2014. – 130 с. |
|--|---|

Програмний комітет:

Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна, к.е.н., доцент, декан факультету документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

Юськів Богдан Миколайович, д.політ.н., к.е.н., професор кафедри економічної кібернетики.

Барановський Сергій Віталійович, к.ф.-м.н., доцент, завідувач кафедри економічної кібернетики.

Микитин Тарас Миронович, к.т.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту.

Сілкова Галина Василівна, к.п.н., доцент, завідувач кафедри документальних комунікацій.

Жук Вікторія Михайлівна, к.п.н., доцент, завідувач кафедри бібліотекознавства та бібліографії.

Хомич Сергій Васильович, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики.

Трачук Людмила Федорівна, к.і.н., доцент кафедри бібліотекознавства та бібліографії.

Трало Ірина Миколаївна, викладач кафедри менеджменту.

Кукушкін Олег Миколайович, викладач кафедри документальних комунікацій.

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 3 від 26.03.2014р.)

- визначення характеру конкурентних стратегічних дій;
- з'ясування засобів набуття (утримання) конкурентних переваг (рис.1).

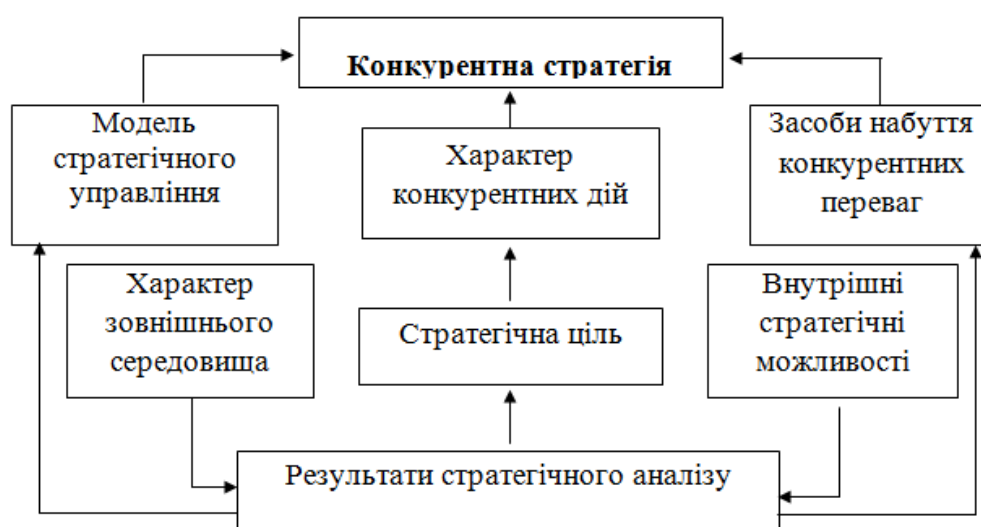


Рис.1.Складові формування конкурентної стратегії підприємства

Головними критеріями оцінки ступеня придатності стратегічного плану є: адаптивність, варіативність планових рішень, оптимальність деталізації, збалансованість елементів, адресність планових завдань, цільова спрямованість.

Перетворення стратегічного плану в конкретні дії, які мають забезпечити отримання бажаних результатів, формує стадію реалізації стратегії, яка системно спрямовує зусилля підприємства на здійснення організаційних змін, розробку та контроль ділових процесів, мотивування персоналу на досягнення поставлених стратегічних цілей.

Основною умовою реалізації обраної стратегії розвитку є створення підприємства, що здатне адаптуватися до поточних змін зовнішнього середовища і здійснити внутрішні тактичні перебудови, що мають забезпечити досягнення стратегічних цілей.

Важливою складовою виконання стратегії є контроль за перебігом її реалізації. У процесі контролю доцільно зосередити увагу на двох напрямках:

- діагностика внутрішніх процесів реалізації стратегії;
- моніторинг зовнішнього середовища, зміна якого може обумовити доцільність коригування стратегії.

Кращим свідченням результативності виконання діючої стратегії є стратегічне положення підприємства на досліджуваному ринку в поєднанні з отриманими фінансовими результатами.

Список використаних джерел

1. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку / А.П. Наливайко. — К.: КНЕУ, 2001. — 228с.
2. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації / І.В. Смолін. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. — 344 с.

УДК 339.1

Шимко О.В.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ЯК РУШІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Проблема забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств вимагає визначення шляхів отримання конкурентних переваг. Доцільно виділити два основних підходи до отримання конкурентних переваг:

- маркетинговий підхід, орієнтований на споживачів;
- конкурентний підхід, орієнтований на конкурентів.

Підхід, орієнтований на споживачів, використовує концепцію маркетингу і виходить з того, що позиція підприємства є лідируючою, якщо вона сприймається як цінність для споживача і відповідає його

мотиваціям. Саме завдяки реструктуризації свідомості споживача під час позиціонування торговельного підприємства створюється його конкурентна перевага, яка полягає у спрощенні процесу прийняття рішення споживачем на користь даного підприємства, формуванні лояльності покупця.

На протипагу попередньому, підхід, орієнтований на конкурентів, зосереджується на стратегії та тактиці протидії конкурентам. У межах даного підходу може використовуватися два способи досягнення конкурентних переваг: лідерство за витратами та сукупність дій щодо зміни конкурентного середовища.

В історичному аспекті зменшення витрат є традиційним, найстарішим та найбільш дослідженим методом посилення конкурентних переваг підприємства. Однак, систематичне скорочення витрат на розвиток діяльності, маркетингові заходи може привести до того, що підприємство виявиться неспроможним задовольнити зростаючі потреби споживачів. Тому, враховуючи ситуацію на споживчому ринку, стратегію мінімізації витрат слід трансформувати у стратегію ефективного управління витратами, яка б передбачала не прагнення будь-що знизити витрати, а розробку цінових рішень для кожного сегменту споживачів з врахуванням ринкової ситуації.

Під сукупністю дій щодо зміни конкурентного середовища слід розуміти інтеграційні і мережеві процеси розвитку торговельних підприємств.

Однак, наявність окремих конкурентних переваг не означає автономії переваг і не забезпечує підприємству перемоги у конкурентній боротьбі. Постійні зміни в зоні діяльності торговельного підприємства перетворюють його сильні сторони в слабкі, а досягнуті успіхи на ринку за відсутності постійної і цілеспрямованої роботи через певний проміжок часу будуть перевершені відповідними діями конкурентів.

З огляду на вище означене, завдання формування конкурентних переваг трансформується в завдання адаптації системи управління підприємством до змін конкурентного середовища, що дозволяє швидко і точно визначати напрямки підвищення конкурентоспроможності, при цьому першочергову роль необхідно відвести конкурентним позиціям підприємства, які визначають його здатність реалізувати конкурентні переваги і характеризують його місце в конкурентному середовищі.

Отже, конкурентні переваги та конкурентні позиції є взаємопов'язаними та взаємообумовленими елементами одного процесу, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності підприємства через розробку стратегій конкурентної поведінки (рис.1).

| Конкурентні переваги | Конкурентна позиція | |
|----------------------|--|--|
| | Сильна | Слабка |
| Вагомі | Розвиток | Формування |
| | Доцільна стратегія стійкого зростання, зосередження на власних конкурентних перевагах, розширення ринку за рахунок формування маркетингових систем, політика диверсифікації, підтримка постійних та завоювання нових споживачів. | Доцільна стратегія проникнення на ринок, особлива увага приділяється посиленню слабких позицій, розробці комплексу маркетингу та позиціонуванню підприємства, направлених на завоювання лояльності споживачів. |
| Незначні | Утримання | Скорочення (вихід) |
| | Доцільна стратегія захисту базових та формування нових конкурентних переваг, утримання частки ринку, здійснення вибіркокових інвестицій. | Пошук шляхів отримання конкурентних переваг, завоювання лояльності споживачів, посилення позицій за рахунок використання переваг інтеграційних утворень. Скорочення діяльності, пошук нішабо вихід. |

Рис.1. Матриця стратегій конкурентної поведінки

Найбільш повному використанню конкурентних переваг торговельного підприємства сприяє розробка конкурентних стратегій. Завдання конкурентної стратегії – досягнути такого положення підприємства на ринку, за якого воно здатне захистити себе від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх факторів або використати їх вплив на свою користь.

Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П.Челенков. – М.: НОВОСТИ, 2000. – 256 с.
2. Барна М. Ю. Особливості процесу позиціонування роздрібних торговельних підприємств та його управління в конкурентному середовищі / М. Ю. Барна // Науковий вісник УкрДЛТУ. Випуск 18.1. – Львів, 2008. – С. 128-133.
3. Дідківська Л. І. Сучасний розвиток конкурентного середовища ринку споживчих товарів України / Л. І. Дідківська // Банківська справа. – 2009. – №2. – С.48-66.
4. Лазебна І. Формування конкурентного середовища у роздрібній торгівлі / І.Лазебна // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 2. – С.26-37.

УДК 762.50

Щесюк С.В.

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ТА ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Туристична індустрія в сучасному її вигляді почала формуватись у другій половині XIX ст., з часу проходження хвилі капіталістичних революцій в Європі та утвердження нового способу виробництва, завдяки чому інтенсивно почала зростати економіка, впливаючи, одночасно, на розбудову туристичної індустрії та підсилюючи фінансовий потенціал територіальних громад за місцем розміщення об'єктів підприємницької діяльності. Саме в цей час появляються два терміни визначальні для формування туристичної індустрії: «підприємництво» та «туризм», які перетворили кволе існування цієї галузі в потужний локомотив світової економіки.

Поступово розрізнені сфери національних господарських систем почали розвиватися завдяки одна одній, за схемою «штовхай – тягни». Наприклад, удосконалення транспорту, засобів зв'язку сприяло тому, що люди могли вільно відвідувати будь-які країни, оглядати твори мистецтва, знайомитися з культурними надбаннями. Територіальні громади перетворюються із замкнених спільнот у відкриті системи, де з однієї сторони формується клас підприємливих людей, які сприяють розвитку науково-технічного прогресу людства, а з іншої – клас допитливих людей, які користуються винаходами перших реалізуючись подорожуючи на національному та міжнародному рівні.

Процес активізації господарського життя в територіальних громадах помітно збільшував рухомість населення та супроводжувався на місцевому рівні будівництвом готелів, ресторанів, зон відпочинку, лікування, дослідження та вивчення видатних історичних та географічних місць, де обслуговуються спочатку привілейовані класи, а з часом і всі бажаючі.

В період тотальних змін в структурі європейської економічної системи та в її динамічному розвитку, територіальні громади стають зацікавлені в збільшенні відвідуваності їх місцевостей, оскільки для них появляється певний зиск у фінансових надходженнях, які можна використати для вирішення проблем та розбудови інфраструктури. Тому, чимало таких громад об'єднуючись або передаючи в концесію підприємцям окремі території починають розбудовувати транспортну мережу. Її розвиток призвів до кардинальних змін в туризмі, перетворивши його на соціально-економічне явище.

В свою чергу сам туризм суттєво вплинув на розвиток транспортних систем. Виникають значні зміни в обсязі, динаміці та структурі туристичного потоку як в національному, так і в міжнародному масштабах. Для задоволення постійно зростаючих потреб споживачів туристичних послуг транспорт постійно адаптувався до їх вимог, а зростаюча кількість туристичних подорожей призвела до збільшення кількості транспортних засобів у всіх його видах, шляхом збільшення пасажиромісткості [1, с.15].

Туристична індустрія окремих територій різних держав починає набирати потужності шляхом включення все нових галузей економіки. Територіальні громади, адаптовуючись до нових умов, формують відповідну інфраструктуру для туристів. Через зростання технічної швидкості та зручності транспортних засобів, якісно удосконалюється покриття доріг, скорочується час подорожі шляхом встановлення прямих транспортних зв'язків, за напрямом туристичних потоків. Підвищення якості і надійності транспортних

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| Дем'янович М.М., Пелех О.Б.Конкурентоспроможність продукції хлібопекарської галузі..... | 3 |
| Дем'янчук А.О., Князевич А.О.Особливості прийняття стратегічних рішень в умовах ризиків та невизначеності | 4 |
| Дендебера К.О., Машта Н.О.Особливості інтегральної оцінки конкурентоспроможності страхових компаній | 5 |
| Єфімчук А.І.Дослідження перспектив використання біомаси для потреб комунального господарства | 7 |
| Забейда К.О., Димченко Н.С.Антикризові стратегії | 8 |
| Іванюк І. М., Підцерковна Х. В.Формування зон прибутку як ефективний механізм стратегічного управління підприємством (за методикою А. Сливоцького) | 10 |
| Кобилянська Т., Савченко О.Р.Особливості функціонування та розвитку енергетичних підприємств на прикладі тзов «РЗВА-Електрик»..... | 11 |
| Кузик І.С., Машта Н.О.Аналіз раціональності харчування студентів факультету документальних комунікацій та менеджменту РДГУ | 13 |
| Максимчук І.Р., Марценюк В.В.Управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства | 15 |
| Малицький С.Л., Нікшич С.М.Клієнтоорієнтованість як стратегічний чинник конкурентоспроможності підприємств..... | 16 |
| Микитин Р.О., Савченко О.Р.Факторний аналіз комерційної діяльності підприємств Івано-Франківської області з реалізації непродовольчих товарів (фанерних листів) | 18 |
| Мокрик А. В., Орлов О. Г.Інвестиційна привабливість України, сучасний стан, та шляхи її підвищення | 19 |
| Нікшич С.М.Параметри оцінювання при проектуванні логістичних центрів | 20 |
| Пелех О.Б.Антикризова політика Польщі під час світової економічної кризи 2007-2008 років | 22 |
| Підцерковна Х.В.Гідрографічний чинник формування міських поселень у Волинському регіоні..... | 23 |
| Рибачук Т.Л.Оцінка якості надання туристичних послуг..... | 25 |
| Савченко О. Р.Тенденції економічного стану та розвитку підприємств Рівненської області..... | 26 |
| Сяська О.В.Німецький досвід управління водокористуванням | 27 |
| Трало І.М.Європейський досвід просторового планування в контексті транскордонного співробітництва | 29 |
| Турченко Г.Я., Шимко О.В.Механізм формування та реалізації стратегії розвитку підприємства | 30 |
| Шимко О.В.Конкурентні переваги як рушійний механізм формування стратегії торговельного підприємства | 31 |
| Щесюк С.В.Особливості взаємодії та розвитку туристичної індустрії та територіальних громад | 33 |
| Юхименко-Назарук І.А.Інституційні наукові дослідження з бухгалтерського обліку в Україні | 34 |
| Березюк Т. П.Виникнення та еволюція економічної психології | 36 |
| Берташ Б.М., Чмара С.В.Соціально-економічна оцінка території Дермансько-Острозького національного природного парку | 37 |
| Берташ Б.М.Роль еколого-економічного обґрунтування створення природно-заповідних територій..... | 39 |
| Брітченко І.Г., Князевич А.О.Проблеми формування національної інноваційної системи України..... | 39 |
| Бобровський А.Л., Вакуленко Л.О.Екологічний аудит підприємства | 41 |
| Бобровський А.Л., Величко А.Складові еколого-економічної оцінки виробництва..... | 41 |
| Веремчук І.С., Пашніна А.О.Функціонування підприємств в умовах постіндустріальної економіки | 42 |
| Гоголь Т.В.Інформаційне забезпечення як важливий елемент організації управління фінансовими ресурсами підприємства..... | 44 |
| Димченко Н.С.Рефлексивні механізми процесів прийняття рішень | 45 |
| Довга Ю.О., Пашніна А.О.Особливості мотивації персоналу на підприємстві | 46 |
| Дучинська А.С., Хижнякова Н.О.Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства | 48 |
| Євтух Ю. В., Березюк Т. П.Поняття культури управління | 49 |
| Жабчик О.В., Хижнякова Н.О.Аналіз збутової діяльності підприємства | 50 |
| Юскович-Жуковська В. І.Особливості трансферу технологій у США | 52 |
| Юскович-Жуковська В. І.Франчайзинг як технологія успішного бізнесу | 52 |
| Загинея К.М., Марценюк В.В.Брендбук як інструмент впливу на формування іміджу фірми..... | 54 |
| Кордан М.М., Трало І.М.Особливості формування комплексу маркетингу на торговельних підприємствах в сучасних умовах | 55 |
| Літвінчук Д.Ф., Димченко Н.С.Удосконалення системи підготовки персоналу в екскурсійній сфері України: проблеми та перспективи розвитку | 56 |
| Лукомська О.І.Рівень економічної освіти як індикатор ефективного розвитку ринку праці в Україні | 57 |

| | |
|---|-----|
| Мартинюк Р.В., Орлов О.Г.Перспективи диверсифікації господарської діяльності підприємств (на прикладі ДП «Авіком Рівне»)..... | 59 |
| Марценюк В.В.Особливості розвитку ринку продукції птахівництва в Україні | 60 |
| Микитин Т.М. Маркетинг дистанцій: світовий досвід і перспективи використання в Україні | 632 |
| Нагулко В.О., Шимко О.В.Аутсорсинг як ефективний інструмент оптимізації ремонтного обслуговування виробництва | 63 |
| Орлов О. Г.Технологія прийняття управлінського рішення..... | 64 |
| Рубаха О.В., Сяська О.В.Управлінське консультування та його вплив на розвиток підприємства | 65 |
| Сабо С.Ю., Юхименко-Назарук І.А.Тайм-менеджмент в сучасному світі | 67 |
| Степанчук О.С., Машта Н.О.Стандарт обслуговування – запорука успішного управління підприємством | 68 |
| Теселько Т.В., Сяська О.В.Найефективніший стиль управління туристичною фірмою | 69 |
| Фесюк Т. М., Березюк Т. П.Суть та особливості життєвого циклу туристичного продукту | 71 |
| Хижнякова Н.О.Суб'єкти екологічного менеджменту та їх взаємодія | 72 |
| Черніговець Т.І.Тайм-менеджмент як фактор оптимізації професійної діяльності помічника керівника | 73 |
| Ющук М. В., Підцерковна Х. В.Особливості оподаткування підприємств туризму в Україні..... | 75 |
| Браташук К.О., Юськів Б.М.Місячне планування відвантаження продукції підприємства хімічної промисловості..... | 77 |
| Буханевич К.С., Гладун Л.О.Моделювання конкурентної надійності торгового підприємства на основі оцінки його потенціалу | 79 |
| Денишук П.М.Необхідність створення формальної моделі процесу розрахунку навчального навантаження ВНЗ | 80 |
| Діденко Ю. Ю., Шпортько О. В.Сучасні науково-практичні підходи до стратегічного управління ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»..... | 81 |
| Кичук А.О., Юськів Б.М.Оперативне планування постачання нафтопродуктів на автозаправній станції..... | 82 |
| Красін М.А.Задачі оптимального управління неперервними системами та підходи до їх розв'язку..... | 84 |
| Красіна Я. М., Гладун Л.О.Моделювання маркетингової стратегії інформаційного бізнесу | 86 |
| Липінська Т.В.Механізм функціонування системи збору та особливості адміністрування єдиного соціального внеску | 87 |
| Паламарчук О.С.Аспекти інноваційного розвитку України | 88 |
| Паламарчук О.С.Характеристика існуючих методик розрахунку індексів інноваційного розвитку | 90 |
| Пляшко О.С.Сутність та концептуальні засади конкурентоспроможності людських ресурсів..... | 91 |
| Романюк С.Б.Особливості ціноутворення в оптовому торговельному підприємстві | 92 |
| Свистун Т.Л.Модель процесу формування організаторської компетентності менеджерів в умовах студентського самоврядування | 94 |
| Синюк О.І., Гладун Л.О.Синергетичне моделювання економічного зростання та її практичне застосування в економіці | 95 |
| Стрільчук Р.М.Доцільність використання антикризових засад в управлінні стратегічними можливостями підприємства в сучасних умовах | 96 |
| Шпортько О. В.Моделювання ймовірностей елементів блоків арифметичних кодів в процесі прогресуючого стиснення зображень без втрат | 99 |
| Юськів Б.М.Особливості інформаційного забезпечення проектів транскордонної співпраці України та Білорусі..... | 100 |
| Антонюк І. О.Система електронного документообігу як чинник оптимізації діяльності органу державної влади..... | 102 |
| Бабенко Ж. В.Формування системи інформаційного забезпечення споживачів бізнес-інформації в Україні..... | 103 |
| Бордюк В.М.Людський фактор при запровадженні електронного документообігу в органах місцевого самоврядування | 104 |
| Брень І. М., Крет Р. М.Особливості інформаційно-аналітичного забезпечення законотворчих процесів Верховної Ради України: організаційно-технологічний аспект | 106 |
| Бучковська О.Ю.Інформаційне забезпечення розвитку місцевого самоврядування | 107 |
| Дибач Ю. І., Попчук О. В.Робота зі зверненнями громадян як напрям діяльності органів державної влади | 107 |
| Іванчук А. В., Крет О. В.Теоретичні аспекти формування особистісного іміджу | 108 |
| Каращук О.М., Сілкова Г.В.Інформаційно-аналітичні документи як компонент веб-сайтів органів державної влади..... | 109 |

| | |
|---|-----|
| Карпюк Д. В. Особливості ідентифікації електронних ресурсів в якості документно-інформаційних об'єктів мережі Інтернет | 109 |
| Корбутяк В. І. Підвищення якості державного управління на основі сучасної електронізованої інформаційно-аналітичної системи | 110 |
| Костенко М. С. Вітчизняний документний потік з проблем культури та мистецтва в контексті бібліометричного аналізу | 112 |
| Крет О. В., Крет Р. М. Особливості інформаційно-аналітичного забезпечення управління | 113 |
| Кукушкін О. М. Основні суб'єкти інформаційного менеджменту природокористування на регіональному рівні | 115 |
| Павлюк М. А., Шпортько О. В. Інтеграція інформаційної системи підприємства з інтернет-ресурсом для забезпечення віддаленого доступу до бази даних та ефективної взаємодії з клієнтами засобами веб-технологій | 115 |
| Пасічник Л. П. Інформаційний аналіз як необхідний етап науково-дослідної роботи | 116 |
| Пашніна А. О. Особливості впровадження автоматизованих інформаційних систем обліку на підприємстві | 118 |
| Попчук О. В. Професійна культура документознавця як чинник ефективності інформаційно-аналітичного забезпечення | 119 |
| Сілкова Г. В. Інформаційно-аналітичне забезпечення управлінської діяльності | 121 |
| Трачук Л. Ф. Колекції повнотекстових документів в інформаційному забезпеченні користувачів обласних універсальних наукових бібліотек | 122 |
| Хомич С. В. Технологія розробки мобільних додатків на базі платформи ІС: Підприємство 8.3 | 123 |
| Чехомський А. В. Особливості тестування програмного забезпечення | 124 |
| Шатрова М. Б. Повнотекстові історико-культурні фонди в електронному середовищі бібліотек | 125 |
| Ясьмо В. Д. Інформаційні технології в дистанційному навчанні студентів | 126 |

Наукове видання

**«ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ, УСТАНОВАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯМИ»**

Матеріали І науково-практичної Інтернет-конференції

20 лютого 2014 року

м.Рівне

Відповідальні за випуск:

Микитин Т.М., Хомич С.В.

Комп'ютерна верстка:

Романюк С.Б., Паршина М.Т.