

вах навколишнього середовища. Бізнес-ідея сприяє формулюванню типології споживачів підприємства, визначенню їхніх унікальних потреб, та способів створення унікальної цінності.

Зі зміною фокуса бізнесу з виробництва продукту на забезпечення певного типу клієнтів унікальною цінністю стає очевидним, що така цінність має не послідовну, а мережеву структуру. Відповідно при розгляді процесу створення цінності, доцільно мати на увазі не ланцюжок створення цінності (як лінійний процес), а мережеву структуру цінності, яка вбудована у відповідну бізнес-систему, у якій підприємство є лише одним з елементів і саме виходячи із цього формує стратегію свого розвитку [2].

Вважаємо, що концепцію бізнес-стратегії доцільно переосмислити в контексті розуміння її як ієрархії таких компонентів:

- 1) централізації потреб споживачів;
- 2) оптимізації портфелю рішень;
- 3) взаємоузгодження рішень продуктового портфеля.

Розуміння того, що саме хоче споживач, є життєво необхідним для розуміння природи попиту на товар, наявних альтернативних варіантів пропозиції, та покращень, які можуть призвести до зростання споживчої цінності товару [3].

Література

1. Ефремов В. С. Стратегия бизнеса // <http://www.cfin.ru/>
2. Tapscott, D., Ticoll D., et al. Digital Capital — Harnessing the Power of Business Webs. Boston: Harvard Business School Press, 2000.
3. Mitreanu C. Redefined Strategy // <http://www.redefiningstrategy.com/>

УДК 339.009.

І. Б. Іринчина, канд. екон. наук,
доц. кафедри міжнародної торгівлі,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
В. В. Димед, аспірант кафедри міжнародної торгівлі,
директор ТОВ «Рембудсервіс — інвест»

СТРАТЕГІЇ ПОСИЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ

В умовах якісної зміни геополітичної ситуації, інтенсифікації процесів регіональної економічної інтеграції недостатньо уваги приділяється дослідженням та оцінкам впливу процесу управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств на процес прискорення адаптації національного бізнесу у цій сфері до нових умов господарювання в межах глобалізованої світової економіки.

In the article, the authors examine the practical principles of international competitiveness of company of the building industry and offer model for identifying the factors of international competitiveness of national building company in the Global Economic

Міжнародні ринки спроможні стимулювати підприємницьку діяльність гарантуючи максимізацію прибутку; купівельноспроможний споживчий ринок західних країн; можливість продовження тривалості життєвого циклу виробу; подолання внутрішньої обмеженості у природно-ресурсному забезпеченні; використання досягнень науково-технічного прогресу; можливість залучення новітніх машин і обладнання тощо. Але підприємці досить повільно рухаються в напрямку світового ринку товарів, робіт та послуг. На жаль абсолютна їх більшість, зіткнувшись із проблемами нестабільного національного законодавства та специфіки регуляторної політики різних регіонів світу, втрачають інтерес до розширення комерційної діяльності за межі держави.

Національні підприємства будівельного комплексу на зовнішньому ринку — це якісно нове явище для української економіки. Незалежне опитування міжнародного центру перспективних досліджень показало, що конкурентоспроможні перспективи функціонування у глобалізованому господарстві є лише у 5 % функціонуючих товаровиробників будівельного комплексу України [2]. На сьогодні, з 100 % діючих підприємств будівельного комплексу майже 50 % виготовляють продукцію, конкурентоспроможність якої не відповідає світовим стандартам; 25 % — виходять на міжнародні ринки з метою одноразового збагачення; ще 10 % — не в змозі долати нестабільність, ускладненість та непрозорість регуляторної системи у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємств; 10 % — не володіють достатньо професійним «людським капіталом», який здатний вирішувати проблематику міжнародного бізнес середовища (логістичні схеми тощо) [2]. Отже, в наявності 5 % міжнародно конкурентоспроможних підприємств будівельного комплексу України. Основна проблема — невідповідність рівня конкурентоспроможності національних суб'єктів господарювання міжнародним стандартам будівельного ринку товарів, робіт та послуг.

Численні дослідження показують, що професійний підхід до питань управління конкурентоспроможністю підвищує якість та

кількість комерційних операцій, дозволяє гнучко адаптуватися до вимог швидких і часто непередбачуваних змін у зовнішньому середовищі [1]. Тому, передусім, слід подбати про обґрунтованість бажання розширити комерційну діяльність будівельних компаній за межі національного ринку наявними фінансово-економічними та науково-професійними можливостями, об'єктивна оцінка яких і стане передумовою вдалих перспектив у просуванні на міжнародні ринки.

Але допоки що не має усвідомлення у національного будівельного комплексу об'єктивної неминучості нових підходів до розуміння й формування конкурентоспроможного підприємницького іміджу на рівні світового ринку, який немає порівнянь із внутрішнім замкненим середовищем. В цій ситуації держава повинна стимулювати розвиток конкурентних ініціатив, які будуть сприяти впровадженню інновацій на підприємствах й одночасно сприяти зростанню конкурентоспроможності виробників і держави в цілому. Цілеспрямоване стимулювання економічної активності сприятиме у свою чергу формуванню економіки відкритого типу. У результаті, конкурентоспроможний вихід на зовнішній ринок самостійно господарюючих суб'єктів сприятиме адаптації національного господарства в цілому до нової системи світогосподарських відносин.

Розробка конкурентоспроможної стратегії виходу на зовнішні ринки — складне завдання, оскільки науково-технічний прогрес та глобалізація швидко ранжують будівельні компанії країн за рівнем розвитку і залишають позаду відстаючих. Аналіз країн із традиційно високим рівнем конкурентоспроможних підприємств (Швейцарія, Данія, США, Японія, Німеччина, Тайвань) [1] дозволяє стверджувати, що секрет ринкового успіху полягатиме в:

- 1) адаптивної здатності будівельних компаній до еволюції світового попиту;
- 2) точності вибору національної спеціалізації, яка б відповідала внутрішнім можливостям;
- 3) умінні запобігати гострій та безглуздій конкуренції, переорієнтовуючись на випуск нових товарів, робіт чи послуг або освоєння нових ринків;
- 4) розумінні глобальної структури світового попиту, спроможності динамічно на нього реагувати, одночасно активно формуючи його в потрібному напрямку;
- 5) умінні використовувати переваги нецінової конкуренції.

Приймаючи усе це до уваги, слід визнати найбільш надійними стратегіями досягнення конкурентоспроможності товаровиробників будівельної галузі у глобалізованому середовищі —

орієнтацію на витрати й економічний потенціал підприємства й, головне, — орієнтацію на унікальність та гарантування якості й екологічної безпеки пропонованих товарів, робіт чи послуг.

Література

1. Begg i. Cities and competitiveness. — urban studies. — vol. 36. — 1999. P. 809.
2. Міністерство промислової політики України // www.minprom.gov.ua.

УДК 658.5.012.4

Т. В. Кондратьева, преподаватель
кафедры экономики и управления,
Донбасский государственный технический университет,
А. М. Черная, преподаватель кафедры
менеджмента внешнеэкономической деятельности,
Восточноукраинский национальный университет
имени Владимира Даля

ФОРМИРОВАНИЕ СЕТЕВОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В работе рассмотрены основные недостатки разных типов организационных структур. Анализируются структуры предприятий горнодобывающей отрасли и машиностроения. Предлагается построение имитационной модели сетевой структуры управления на основе теории игр.

The work considers the basic shortcomings of various types of the organizational structures. Analyzes the structures of the enterprises of the mining and machine-building industry. The simulation model of constructing of the net-structure basing on game theory is proposed.

Постановка проблемы. Одним из основных факторов успешной работы компании является эффективность ее организационной структуры управления. Одной из самых главных проблем ОСУ постепенно стала проблема гибкости. Динамизм параметров внешней среды наводит на мысль о проектировании организационной системы без фиксированной структуры, в которых распределение ролей участников является заданным.