

вертольотів). Для двигунів ТВЗ-117ВМ та ТВЗ-117ВМ серії 02 стало актуальним впровадження стратегії «той самий товар-той самий ринок». Стратегія «той самий товар – новий ринок» можлива для двигунів ТВЗ-117ВМА-СБМ1В 4Е серії та ТВЗ-117ВМА-СБМ1В. Обрана стратегія диференційованого маркетингу передбачає максимальне розширення своїх позицій у ніші продажу двигунів особливо враховуючи досить високий рівень потреб в модернізації парку вертольотів Мі військово-повітряних сил Індії та певну застарілість техніки приватних авіаперевізників, а також виведення на ринок Індії нових розробок компанії вертольотів Мі-2МСБ та Мі-8МСБ.

Отже, реалізація зазначених стратегій забезпечить стабільне функціонування АТ «Мотор Січ» на міжнародному ринку шляхом посилення його конкурентоспроможності. В результаті, підприємство зможе стабільно функціонувати, тобто отримувати прибуток та бути спроможним інвестувати нововведення та впровадження стратегічних змін та, як наслідок, збільшити тривалість життєвого циклу.

#### Список використаних джерел:

1. General Aviation Statistical Databook & 2015 Industry Outlook. General Aviation Manufacturers Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gama.aero>
2. Джадан І. М. Підходи до трактування сутності міжнародної стратегії маркетингу промислового підприємства // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – № 6/2(20). – С. 7–12.
3. Рейтинг вертольотів, що користуються найбільшим попитом у світі. DefenceExpress – Центр досліджень армії, конверсії та роззброєння [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.defense-ua.com>
4. Гринько Т. В. Інтернет-технології як інструмент маркетингової діяльності підприємства/ Т. В. Гринько, А. М. Стрепетова // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 7. Інноваційні технології фінансового менеджменту суб'єктів господарювання. Управління якістю як механізм економічного зростання регіону та країни – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 69–72.

**Карапетян А. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

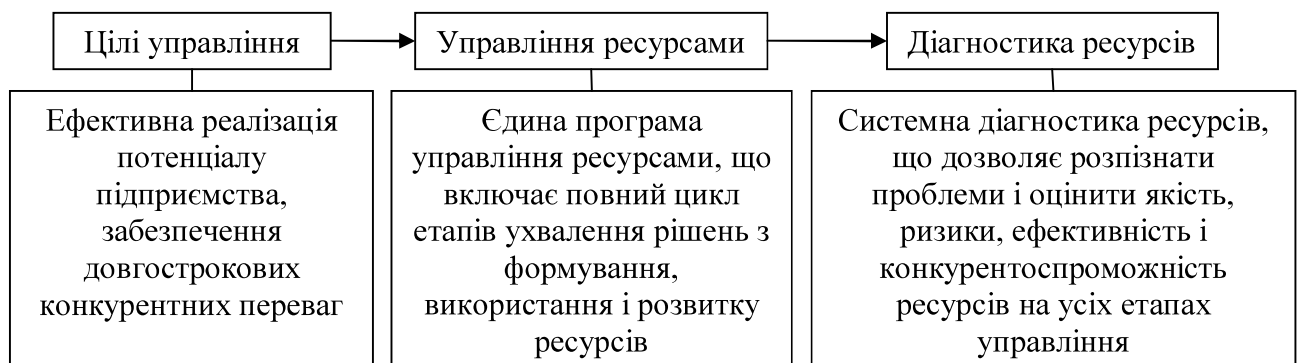
### **СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Наразі зміна характеру, структури і змісту управління ресурсами на підприємствах, осмислення їх природи, аналіз засобів і методів управління – усе це є умовою підвищення ефективності управління сучасним підприємством.

Воно має забезпечити не лише зростання реальної віддачі від використання ресурсів і підтримку стійкого стану підприємства, але також створення і максимальне використання можливостей підприємства. Іншими словами, стратегічною метою управління ресурсами є ефективна і повна реалізація потенціалу підприємства, а також забезпечення його довготривалих конкурентних переваг.

З точки зору ресурсної концепції будь-яке підприємство – це, передусім, сукупність різних продуктивних ресурсів, які поділяються на відчутні і невідчутні. Перші (матеріальні, фінансові і людські ресурси) є найбільш важливими для підприємства в період активного зростання підприємства, а також в період стійкого економічного розвитку суспільства. Другі (організаційні процеси, організація праці і організація виробництва) виходять на перший план в період спаду або фінансово-економічної кризи.

Аналіз теорії і практики управління ресурсами підприємства показав, що найважливішим напрямом його вдосконалення є застосування системного підходу (рис. 1).



**Рис. 1. Характеристика системного підходу до управління ресурсами підприємства**  
(складено на основі [2])

Основні положення ресурсної концепції, аналіз суті і особливостей ресурсів і активів, а також узагальнення різних джерел дозволили сформулювати наступні принципи управління ресурсами:

- двоїстої природи ресурсів (як джерел і як активів);
- системності в управлінні ресурсами;
- формування «ядра» ресурсів;
- упорядкованості структури ресурсів;
- конкурентоспроможності;
- ефективності використання ресурсів;
- синергізму і ефекту комплементу різних видів ресурсів;
- забезпечення стійкого розвитку ресурсів;

- узгодженості із стратегією розвитку підприємства;
- ліквідності (поступової трансформації у грошові кошти);
- формування, зміни і використання ресурсів у взаємозв'язку з управлінням ризиками.

Реалізація вищеназваних принципів здійснюється у трьох напрямках (табл. 1).

**Таблиця 1. Напрями управління ресурсами підприємства**

Напря́м	Управління									
	джерелами ресурсів	формуванням ресурсного портфелю	потребою у ресурсах	запасами ресурсів	ключовими ресурсами – «ядром»	якістю ресурсів	ризиками	ефективністю	конкурентоспроможністю	середовищем функціонування і розвитку ресурсів
1. Формування ресурсів	+	+	+			+	+	+		
2. Розвиток ресурсів						+	+	+	+	+
3. Використання ресурсів			+	+	+	+	+	+		

Отже, системне управління ресурсами слід розглядати як складне господарське рішення, процес прийняття якого повинен здійснюватися з використанням багатокритеріального підходу, оскільки:

- управління ресурсами відбувається в умовах невизначеності;
- існує велика кількість важко оцінюваних, взаємопов'язаних і суперечливих чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, що впливають на ресурси;
- мають місце різноманіття і різнонаправленість критеріїв управління ресурсами, багатоваріантність можливих рішень.

Структуризація зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на характеристики ресурсів підприємства, дозволила визначити, щодо основних чинників належать: стратегія підприємства, економічний і фінансовий стан підприємства, ринкова кон'юнктура джерел потенційних ресурсів, ресурсів-конкурентів, ринку реалізації ресурсів тощо.

Основою ефективного управління ресурсами підприємства є діагностика, провідною метою якої виступає ідентифікація і оцінка слабких і сильних сторін потенційних і реальних ресурсів, у тому числі ідентифікація потреби в них, можливостей їх придбання і чинників, що на них впливають.

**Список використаних джерел:**

1. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления [Електронний ресурс] / Г. Саймон; пер. К. Б. Козловой и М. А. Бланко // THESIS. – 1993. – Вып. 3. – Режим доступа: [http://ecsocman.hse.ru/data/629/779/1217/3\\_1\\_2simon.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/629/779/1217/3_1_2simon.pdf)
2. Снитко О. А. Формирование системы управления ресурсами предприятия / О. А. Снитко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2012. – № 2. – С. 330–334.
3. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ: Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.

**Кащина К. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Сучасні умови господарювання в Україні, що характеризуються стрімким розвитком ринків і зміцненням її позицій на світовому ринку, вимагають підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, яке є неможливим без впровадження інноваційної діяльності та формування конкурентних переваг. Незважаючи на це загальний рівень інноваційної активності українських компаній залишається невисоким. Тому однією з основних проблем для вітчизняних організацій на даному етапі розвитку світового ринку є те, що не всі підприємства вбачають за необхідне використовувати інноваційний потенціал для підвищення своєї конкурентоздатності. Актуальності набуває обґрунтування необхідності та ефективності впровадження інноваційних технологій задля посилення ринкових позицій вітчизняних підприємств.

Ефективна діяльність суб'єктів господарювання в сучасних умовах постійно зростаючої конкуренції заснована на постійному створенні та оновленні своїх унікальних конкурентних переваг, які реалізуються у формі інновацій. Розвиток підприємств пов'язують з розробкою та впровадженням інновацій, адже саме вони спонукають здійснювати зміни та модернізувати виробничі процеси, продукти, послуги або підприємство в цілому [1]. Взагалі інновації можна визначити як сукупність певних заходів, здійснюваних організацією, яка здатна генерувати нові ідеї та впроваджувати їх, перетворюючи у певний новий продукт, процес або послугу [3].

Інновації та конкурентоспроможність взаємопов'язані. Переваги в конкурентній боротьбі отримують саме ті учасники ринку, які впроваджують нові ідеї,