Одними із провідних підходів до удосконалення системи стратегічного управління є новітні методи концепції контролінга. Стратегічний контролінг так само, як і стратегічне управління в цілому, зрештою, має на меті зростання конкурентоспроможності і розвиток потенціалу підприємства в довгостроковій перспективі в умовах невизначеності і мінливості зовнішнього середовища. Проте стратегічне управління - є спосіб досягнення цієї мети, а стратегічний контролінг - є спосіб підвищення ефективності самого стратегічного управління.

В результаті проведеного дослідження було виведено, що серед існуючого інструментарію стратегічного контролінга систематизувати стратегічне управління найефективніше і комплексно можливо за допомогою моделі контролінга орієнтації на вартість підприємства EVA, реалізовувати який найкращим чином допомагає розвинена методика Balanced Scorecard (BSC).

Перш за все, величина вартості компанії може бути індикатором інвестиційної привабливості. Вона служить для осіб, що надають свій капітал, тим масштабом, по якому вимірюється результативність роботи компанії і оцінюється її привабливість. Вартість компанії інформує про те, наскільки привабливий з погляду вкладення засобів даний бізнес в порівнянні з іншими.

У разі орієнтації підприємством на вартість за допомогою збалансованної системи показників BSC в стратегічному управлінні вирішується безліч питань: стратегія стає більш оцифрованою, чітко сформульованою, менеджмент компанії за допомогою BSC вибудовують систему цілей направлену на підвищення вартості на підставі чинників, формуючих EVA.

В стратегічному методі контролінга орієнтації на вартість показник EVA слід поставити на вершину стратегічних цілей компанії. Зручність використання концепції EVA для управління вартістю полягає в можливості розкласти цей показник на чинники до рівня, на який можна впливати.

БЕСКОРОВАЙНИЙ С.О.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖ-НОСТІ ТОВАРУ

Факт Входження України до Світової Організації Торгівлі сприяє підвищенню конкурентоспроможність вітчизняних товарів на міжнародному ринку. В жорсткому конкурентному середовищі вітчизняні підприємства можуть успішно діяти завдяки створенню механізму забезпечення стійкого стану на ринку, а саме сукупність економічних, екологічних і соціальних факторів. Економічна стійкість забезпечує досягнення стійкості і в інших напрямах роботи підприємства. Економічна стійкість підприємств на конкурентному ринку напряму пов’язана з забезпеченням конкурен-тоспроможності.

Закон конкуренції - закон, відповідно до якого у світі відбувається об’єктивний процес підвищення якості продукції і послуг, зниження їхньої пито-

мої ціни. Закон конкуренції - об'єктивний процес «вимивання» з ринку неякісної дорогої продукції. При цьому він може діяти тривале тільки при наявності якісного антимонопольного законодавства, що регламентує норми, що обмежують монополістичну діяльність, принципи ведення боротьби на ринку, повноваження державних органів по нагляду за дотриманням відповідних правових норм.

Конкуренція на ринку створила дуже складну і важливу проблему для успішної діяльності підприємства - забезпечення стійкого положення на конкурентному ринку. Конкурентоздатність - це наявність внутрішніх факторів, які дадуть змогу завоювати ринок за допомогою продукції власного виробництва, або це можливість знаходити шляхи для досягнення переваг над іншими учасниками ринку за рахунок внутрішніх факторів.

УДК 339.137.2

БОЯРСЬКА М.В., ***ЧЕКМАСОВА І.А.,*** канд. техн. наук, доц.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Управління портфелем продукції підприємства забезпечує повну картину положень на ринку кожного із продуктів, надає можливість підвищити ефективність діяльності підприємства за допомогою наповнення портфеля стратегічно важливими видами продукції [1].

Інноваційне розширення портфеля продукції служить одним з найважливіших факторів підвищення КСП на сучасних світових ринках. Недавні дослідження бенчмаркінгу ідентифікували управління портфелем як саму слабку область у керуванні нововведенням продукту. Результати вивчення різних методів управління портфелем продукції показують, що недостатньо уваги приділяється стратегіям введення нового виду продукції у існуючий на підприємстві портфель.

Для рішення зазначеної проблеми застосований метод аналогій. Раніше була запропонована матриця «доходніть-ризик» для виявлення області оптимальних стратегій управління портфелем з цінними паперами. Цей оптимізуючий підхід пропонується використати для вибору стратегії управління портфелем продукції підприємства. Для цього розширення необхідно змінити зміст понять «портфельного ризику» та «прибутковості» [2].

Аналогічно оцінці комплексних показників конкурентоспроможності і привабливості ринку, запропонованих в моделі Маккінсі, складемо приклад експертної оцінки комплексних показників ризику і прибутковості для нового продукту.