

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Бердянський державний педагогічний університет

Карпатський університет імені Августина Волошина

МАТЕРІАЛИ

I Міжнародної науково-практичної конференції

«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ
ТА ОСВІТИ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ»

Полтава · 14–15 лютого 2013 року

У трьох томах

Том 1. Теоретичні та практичні питання

Дніпропетровськ
Видавець Біла К. О.
2013

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова оргкомітету:

Нестуля О. О. – доктор історичних наук, професор, ректор ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Співголови оргкомітету:

Рогоза М. Є. – д. е. н., проф., перший проректор ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Мікловда В. П. – д. е. н., проф., член-кор. НАН України, зав. кафедри економіки підприємства, менеджменту та логістики Ужгородського національного університету;

Брітченко І. Г. – д. е. н., проф. директор Міжгалузевого інституту підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів, зав. кафедри економіки, бізнесу та менеджменту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

Саєнко В. Г. – д. е. н., доц., декан факультету економіки та управління, зав. кафедри економіки підприємства та економічної теорії Бердянського державного педагогічного університету;

Гайданка Є. І. – к. політ. н., проректор з наукової та методичної роботи Карпатського університету ім. Августина Волошина.

Члени оргкомітету:

Кузмішін П. – д. е. н., проф., зав. кафедри економічної теорії Кошицького технічного університету (Словачія);

Саєнко Г. В. – д. е. н., проф., зав. кафедри менеджменту готельного, курортного та туристичного сервісу Бердянського державного педагогічного університету;

Захарченко П. В. – д. е. н., доц., зав. кафедри економічної кібернетики і фінансів Бердянського державного педагогічного університету;

Мурашкін М. В. – д. е. н., проф., академік РАН, професор кафедри «Економіка та управління підприємств лісного комплексу» Санкт-Петербурзького лісотехнічного державного університету ім. С. М. Кірова (Російська Федерація);

Бойко М. – доктор філософії, доцент Йельського університету (США);

Георгій Сігуа – к. е. н., Голова Представництва Торгово-промислової палати Грузії в Україні (Грузія);

Богатирьова В. В. – к. е. н., зав. каф. фінансів навчального закладу «Полоцький державний університет» (Республіка Білорусь);

Шандор Ф. Ф. – к. е. н., зав. кафедри туризму, проректор ДВНЗ «Ужгородський національний університет»;

Кубіній Н. Ю. – к. е. н., доц., професор кафедри економіки підприємства, менеджменту та логістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет»;

Ємець Є. М. – к. ф.-м. н., доц., професор кафедри економічної кібернетики ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

А 43 Актуальні питання підвищення конкурентоспроможності держави, бізнесу та освіти в сучасних економічних умовах : *матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 14–15 лют. 2013 р. : у 3 т.* – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2013.

ISBN 978-617-645-100-6

Т. 1 : Теоретичні та практичні питання. – 2013. – 112 с.

ISBN 978-617-645-101-3

У збірнику надруковано матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання підвищення конкурентоспроможності держави, бізнесу та освіти в сучасних економічних умовах». Даний том містить роботи з секцій «Теоретичні основи підвищення конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах» та «Актуальні питання підвищення конкурентоспроможності державного сектору».

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-617-645-100-6

ISBN 978-617-645-101-3 (Т. 1)

© Авторський колектив, 2013

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Белоусов С. Н.

Ханты-Мансийское региональное отделение

межотраслевых эколого-экономических исследований

Российской академии естественных наук, г. Нижневартовск

К ВОПРОСУ ИСТОЧНИКА ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ, СВЯЗАННЫХ С ОБОРОТОМ НЕФТЕПРОДУКТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Понятие «источники права» впервые ввел известный римский историк Тит Ливий более двух тысяч лет назад в своей книге «История Рима от основания города». В настоящее время в современной российской правовой науке термин «источники права» используется в значении внешней формы объективации, выражения права или нормативной государственной воли.

В теоретической литературе отмечается многозначность понятия «источник права». В этом случае речь идет о форме выражения правовых норм, имеющей общеобязательный характер. Признание или установление государством того или иного источника права имеет важное юридическое значение. Ведь только выраженные в таком источнике нормы права могут применяться для регулирования соответствующих отношений. Формально не признанный источник права, как и содержащиеся в нем правила поведения, не имеет общеобязательного значения.

В современных развитых правовых порядках господствующей формой права являются нормативные акты, среди которых приоритетное место занимают законы как акты высшей юридической силы. В гражданско-правовой сфере они традиционно охватываются понятием гражданского законодательства [1].

Принципиальной особенностью гражданского законодательства является наличие в нем большого числа диспозитивных правил, действующих только в том случае, если сами участники регулируемого отношения не предусмотрят иной вариант своего поведения.оборот нефтепродуктов, как объектов гражданско-правовых отношений, регулируется именно гражданско-правовыми нормами, и соответственно подпадает под регулирование гражданского законодательства.

Гражданско-правовые нормативные акты, регулирующие как в целом все гражданско-правовые отношения, так и отношения, связанные с оборотом нефтепродуктов в частности, составляют определенную систему, построенную по иерархическому принципу. Содержание этой системы предопределено нормами Конституции, которая имеет высшую юридическую силу.

Рассмотрим источники правового регулирования отношений, связанных с оборотом нефтепродуктов, в разных плоскостях (блоках), выстроенных по особым принципам.

Начнем с классического деления источников правового регулирования – по юридической силе.

В соответствии с юридической силой нормативных актов можно назвать несколько источников правового регулирования отношения, связанных с оборотом нефтепродуктов, а именно общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации, конституция Российской Федерации, гражданское законодательство Российской Федерации и иные акты, содержащие нормы гражданского права и регулирующие отношения, связанные с оборотом нефтепродуктов.

Рассмотрим общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации (ч. 4 ст. 15 Конституции РФ, ст. 7 ГК). Общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы.

Таким документом в нашем случае можно назвать опубликованные 27.09.2010 г. новые Международные правила толкования торговых терминов «ИНКОТЕРМС 2010», вступившие в силу с 01 января 2011 г. Как сказано в самом документе целью ИНКОТЕРМС является обеспечение комплекта международных правил толкования торговых терминов, наиболее часто используемых во внешней торговле различными видами товаров (в т. ч. и нефтепродуктами). Сфера применения ИНКОТЕРМС ограничена вопросами, относящимися к правам и обязанностям сторон договора купли-продажи в отношении поставки проданных товаров. ИНКОТЕРМС регламентируют только отношения между продавцами и покупателями по договорам купли-продажи (права и обязанности продавца и покупателя и др.).

Другим международным документом в системе источников правового регулирования можно назвать Конвенцию Организации Объединенных наций о договорах международной купли-продажи товаров (подписанной в Вене в 1980 г., ратифицировано Российской Федерацией 01.09.1991 г.). Указанная Конвенция призвана содействовать развитию дружественных отношений между государствами, и принятие единообразных норм, регулирующих договоры международной купли-продажи товаров и учитывающих различные общественные, экономические и правовые системы, способствует устранению правовых барьеров в международной торговле и содействует развитию международной торговли. Конвенция применяется к договорам купли-продажи товаров между сторонами, коммерческие предприятия которых находятся в разных государствах. В настоящее время поставка российских нефтепродуктов осуществляется и иностранным коммерческим предприятиям. И особенности такой поставки должны отражаться в договорах международной купли-продажи нефтепродуктов, основанных на положениях вышеуказанной Венской Конвенции.

Представленные в тезисах материалы являются частью комплексного научного исследования проведенного автором, целью которого является комплексное исследование системы и особенностей оборота нефтепродуктов в Российской Федерации

и проблем правового обеспечения развития предпринимательства в указанной сфере и формирование на этой основе новых практических подходов к указанным проблемам.

Список использованных источников:

1. Гражданское право: учебник. Т. 1: Общая часть / под ред. Е. А. Суханова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Волтерс Клувер, 2008. – С. 23.

Боженко А. С.

ДВНЗ «Українська академія банківської справи

Національного банку України», м. Суми

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДЕРЖАВНОГО НАГЛЯДУ ЗА ПЕРЕСТРАХОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

У сучасних умовах розвитку ринкових відносин великого значення набуває питання забезпечення функціонування страхових компаній як фактора захисту господарюючих суб'єктів у контексті волатильності як внутрішньої, так і зовнішньої економік, а також в умовах перманентної фінансово-економічної кризи, яка спостерігається протягом останніх п'яти років. Найдієвішим заходом забезпечення фінансової стійкості страхових компаній є перестрахування, яке виступає необхідною складовою страхового ринку. Тому з розвитком світового та вітчизняного перестрахового ринку все більш актуальним постає питання щодо надійності перестрахових операцій та оцінки платоспроможності перестраховиків.

Не дивлячись на ґрунтовні дослідження у науковій літературі сутності, форм та методів перестрахування, механізму укладання та виконання різноманітних перестрахових договорів, актуальним залишається вивчення закордонного досвіду з організації нагляду за перестраховими операціями в умовах глобалізації ринків перестрахування. Практично у всіх країнах прямі страховики підпадають під дію страхового нагляду. Що ж стосується перестрахових компаній, то в питанні нагляду існують значні відмінності: в одних країнах страховий нагляд не розповсюджується на діяльність перестраховиків, в інших – контроль за діяльністю професійних перестраховиків нічим не відрізняється від організації контролю за діяльністю прямих страховиків, а в деяких країнах є ще й проміжні форми контролю.

Однією з головних причин здійснення нагляду за діяльністю страхових компаній у сфері перестрахування є забезпечення захисту інтересів страхувальників. У свою чергу, головною метою нагляду є зменшення випадків неплатоспроможності перестраховиків, що є надважливим елементом нагляду за страховою діяльністю, а також має значний вплив у рамках нагляду за перестрахуванням. За відсутності необхідного нагляду ринок перестрахування не працюватиме належним чином, що може спричинити неадекватну зміну тарифів на послуги з перестрахування на «м'яких» ринках. Саме тому можна констатувати те, що нагляд за перестраховою діяльністю проводиться в інтересах економічної безпеки.

Існує два основних підходи, які регламентують організацію процедури нагляду за діяльністю перестраховиків. Перший підхід передбачає державний нагляд, а другий, в свою чергу, повну його відсутність. Підхід, який не передбачає державного контролю за діяльністю перестраховиків, характеризується професійністю самих перестрахових компаній, бо сторони, які укладають договір, мають бути фахівцями у своїй справі та економічно незалежними організаціями, які не потребують спеціального захисту з боку держави на відміну від страхувальників, які мають справу із страховиками. Зазначимо, що в Україні використовується другий підхід до організації контролю, за якого страховики і перестраховики в однаковій мірі підпадають страховому нагляду.

Незважаючи на зазначені підходи по нагляду за діяльністю перестрахових компаній, зауважимо, що Міжнародна асоціація органів страхового нагляду (IAIS) розробила ряд мінімально необхідних принципів, які повинні бути задіяні в роботі наглядових органів у державі, в якій проводить свою господарську діяльність перестраховик. Таким чином, IAIS досягла стандартизації підходів до проведення наглядових заходів за перестраховим бізнесом. До визначених принципів належать:

Принцип 1. Регулювання та здійснення нагляду за технічними резервами перестраховика, інвестиціями та ліквідністю, вимогами до капіталу, а також політика та процедури для забезпечення ефективного корпоративного управління, повинні відображати характеристики перестрахового бізнесу і їх повинні доповнювати системи обміну інформацією між наглядовими органами.

Принцип 2. Не враховуючи вимог, зазначених у Принципі 1, регулювання та нагляд за організаційно-правовими формами юридичних осіб, ліцензування та можливість відкликання ліцензії, тестування на відповідність, зміна контролю, взаємовідносини в об'єднанні перестраховиків, нагляд за всіма видами діяльності, перевірки на місцях, виїзні перевірки, санкції, внутрішній контроль та аудит, правила звітності для страховиків мають бути такими ж, як і для первинних страховиків.

Як результат вищенаведеного можна зробити висновок, що у сучасних умовах нестабільності фінансових ринків постає питання забезпечення надійних умов співпраці між страховими та перестраховими компаніями, бо фінансова безпека кожного з суб'єктів страхового ринку сильно впливає на платоспроможність їх клієнтів та на їх фінансову безпеку. Як результат, можна констатувати, що фінансова безпека, а тому і процедура нагляду за перестраховими організаціями прямо впливає на фінансову безпеку всієї держави. Саме таким чином актуалізується питання державного контролю та нагляду за діяльністю, яку проводять перестрахові компанії, адже за рахунок їх успішної діяльності гарантується безпека первинного страховика. Проведення наглядових заходів дає змогу вчасно та ефективно виявити певні проблеми, які присутні у перестраховика. З викладеного матеріалу у ми бачимо, що у світі існують тенденції до впровадження єдиних стандартів по регулюванню господарської діяльності компаній, які займаються перестрахуванням. Це надасть змогу страховикам та перестраховикам всього світу користуватися взаємними послугами, будучи впевненими у безпечності та фінансовій надійності свого контрагента.

К. е. н. Бойко Є. О.

*Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова,
м. Миколаїв, Україна*

МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ

Управління регіональною конкурентоспроможністю є стратегічно важливим напрямком розвитку будь якої країни, і розглядається як складова частина системи управління держави, що являє собою систему конкретних інструментів (важелів). До таких інструментів відносяться правові, організаційні та економічні методи, за допомогою яких здійснюється державний вплив на соціально-економічний розвиток регіонів.

За широтою впливу інструменти регіонального регулювання поділяються на: загальні (впливають на поведінку багатьох суб'єктів у визначених регіонах з метою підвищення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках) та адресні (здійснюють безпосередній вплив на діяльність окремих суб'єктів регіональної економіки з метою стимулювання їх активної участі в процесі регіонального відтворення).

В числі загальних інструментів регіональної економічної політики, які здатні реально стимулювати економічне зростання та здійснювати підтримку проблемних регіонів, важливо використовувати диференційовані за регіонами нормативи, податкові ставки та умови загальнодержавної бюджетно-податкової, грошово-кредитної, інвестиційної політики. Наприклад, для різних регіонів можуть бути встановлені різні ставки податків, окремі регіони можуть одержати пільгові кредити тарифи або субсидії.

Адресні інструменти визначаються в залежності від вибору об'єкта впливу – праця або капітал, і вибору напрямків впливу – внутрішні чи зовнішні перетворення умов діяльності. Так, в якості інструментів стимулювання зайнятості важливо використовувати програми підготовки, перепідготовки кадрів, спеціальні виплати надбавок, фінансові пільги і гранти, соціальні умови; в якості інструментів стимулювання капіталу – гранти і субсидії на покращення якості організації виробництва, техніко-технологічне вдосконалення, підвищення ефективності ринку капіталів.

Різниця між загальними та адресними інструментами регулювання полягає в тому, що використання перших націлене на зміну територіального розподілу попиту на товари, коли регулювання здійснюється в рамках досягнення рівноваги на міжрегіональному ринку; останніх – для прямого впливу на пропозицію товарів, коли вплив здійснюється на рішення підприємств та домогосподарств [4].

Досвід високорозвинених країн світу таких як США, ЄС показує, що створення постіндустріального суспільства, підвищення міжнародної конкурентоспроможності можливе лише на інноваційній основі при максимальному використанні інноваційного потенціалу регіонів, та з урахуванням особливостей кожного з них. Адже створення та реалізація принципово нової продукції відіграє вирішальну роль в посиленні

конкурентних позицій товаровиробників на світових ринках. А це, як відомо, можливо лише за умов ефективної Національної інноваційної системи (НІС), яка формується індивідуально в кожній країні і включає такі підсистеми як сфера науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР); освіта і професійна підготовка; інноваційна інфраструктура; виготовлення конкурентоспроможної продукції та послуг; інституції правового, соціального й фінансового характеру [2].

На рівні регіону управління інноваційною політикою необхідно здійснювати програмно-цільовими та економічними методами, адже регіоналізація дає змогу залучати в господарський механізм додаткові фактори розвитку суб'єктів господарювання на засадах значно повнішого й ефективнішого використання усіх видів ресурсів окремих територій, що зумовлено територіальним поділом праці, нерівномірністю розвитку продуктивних сил, а також – наукового потенціалу регіонів. Необхідно, згідно з пріоритетами, визначити довгострокову стратегію інноваційного розвитку регіонів та розробити регіональні науково-технічні програми, що користуються регіональною підтримкою. Економічні методи управління повинні охоплювати: пряме фінансування, пільгове кредитування інноваційних проектів, фінансову підтримку інфраструктури тощо [1].

Ключові ознаки механізмів управління регіональною конкурентоспроможністю полягають у тому, що вони [3]:

- стимулюють розвиток конкуренції між органами публічної влади;
- передбачають заохочення ініціатив «знизу»;
- спрямовані на формування мережових економічних структур, «горизонтальну» і «вертикальну» кооперацію;
- формуються і реалізуються на засадах багаторівневого управління і державно-приватного партнерства;
- орієнтовані на реалізацію ендogenous потенціалу регіону поряд з використанням зовнішніх можливостей для його розвитку;
- враховують особливості регіону, відтак мають винятковий, ексклюзивний характер.

Сучасне управління регіональною конкурентоспроможністю перш за все має бути спрямоване на створення і використання регіональних конкурентних переваг, взаємовигідні взаємовідносини з вітчизняними і зарубіжними економічними суб'єктами, органами державної влади та органами місцевого самоврядування, суб'єктами підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможності країн: регіональний аспект. [Електронний ресурс] / Л. Л. Антонюк. – Режим доступу: <http://www.kneu.kiev.ua/journal/index.html.php?setlang=2&pageindex=9&topic=3>
2. Інноваційна стратегія українських реформ / [А. Гальчинський, В. Геєць, А. Кінах, В. Семиноженко]. – К.: Знання України, 2002. – С. 324.

3. Дегтярьова І. О. Механізми управління конкурентоспроможністю регіону: сутність та місце у системі механізмів управління державою [Електронний ресурс] / І. О. Дегтярьова. – Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2011-1/doc/4/06.pdf>
4. Жиляєва Н. М. Механізм підвищення конкурентоспроможності регіону в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Н. М. Жиляєва. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_1/124.pdf

Борецька З. П.

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В еволюції нашої цивілізації можна виокремити ряд періодів: аграрний (розпочався із виникненням людства), промисловий (співпав із зародженням масового виробництва та суспільним поділом праці), науково-технічний (триває і нині). Кожний етап розвитку характеризувався значними подіями, здобутками, прагненнями, можливостями та системою цінностей людини. Науково-технічний прогрес став передумовою пережитих суспільством відкриттів, які спричинили ланцюг революцій: інформаційну, інноваційну, освітню, інтелектуальну і, як наслідок, квалітативну.

Квалітативна революція – це революція якості у всіх сферах і аспектах її прояву: продукції, послуг, процесів, систем. Вона визначає тенденції зрушень: від цінового фактора конкуренції – до якості товарів в 60-тих рр., від фактору якості товарів – до фактору якості технологій в 70-тих рр., від якості технологій – до якості людських ресурсів, до якості освіти, які формують якість суспільного інтелекту з середини 80-тих рр. відбувається зсув від функції прибутку як головного критерію економічного розвитку до функції якості життя, що включає такі основні складові, як якість сфери проживання, рівень матеріального добробуту, якість освіти та ін. [5, с. 7].

Ми поділяємо думку визначних спеціалістів в області управління якістю Ю. П. Адлера, Г. Г. Азгальдова, О. В. Аристова, Є. М. Векслера, О. І. Ковальова, Й. Кондо, С. К. Фомічова, Хьюберта Рамперсад, М. І. Шаповала, що проблема якості багатогранна, вимагає глибоких теоретичних знань та практичних підходів, поєднує в собі цілий ряд аспектів, деталізацію яких приведено нижче.

Політичний аспект виражається в прямо пропорційній залежності масового виробництва високоякісної продукції із рівнем економічного розвитку держави.

Соціальний аспект проблеми криється у необхідності поліпшення якості продукції до рівня вимог споживачів, у потребі підвищення якості самої праці за допомогою належної освіти, підвищення кваліфікації персоналу, глибокої мотивації трудових ресурсів [4].

Економічний аспект проблеми полягає у підвищенні ефективності економіки країни, збільшення прибутку підприємств, підвищенні конкурентоспроможності продукції як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, раціональне використання матеріальних та енергетичних ресурсів.

Науково-технічний аспект проблеми базується на взаємозв'язку процесу підвищення якості продукції та темпів зростання науково-технічного прогресу. Внаслідок науково-технічного прогресу інформаційні системи, транспорті комунікації, технологічні процеси удосконалюються, тим самим забезпечуючи вищий рівень якості продукції, що в свою чергу призводить до нового витка в науці та техніці.

Організаційний аспект проблеми виявляє залежність підвищення якості від менеджменту організації, від удосконалення систем якості, стандартизації тощо.

Екологічний аспект проблеми полягає в обізнаності споживачів щодо корисності продукції, вимогливості щодо мінімізації шкідливого впливу процесу виробництва на навколишнє середовище.

Національний аспект полягає в різному відношенні до проблем якості залежно від національних традицій. Так, американці спрямовують свої зусилля в області управління якістю на отримання максимального прибутку, а японці – намагаються збільшити долю ринку, навіть якщо на перших етапах можливі втрати від обсягу очікуваного прибутку [2].

Враховуючи всі вище згадані аспекти, очевидним стає висновок про те, що управління якістю має глобальний характер і «передбачає безперервний процес впливів на виробництво шляхом послідовної реалізації логічно взаємозв'язаних функцій з метою забезпечення якості» [3, с. 21]. До складу цих функцій входять: взаємодія із зовнішнім середовищем, розроблення політики якості, планування якості, навчання та мотивація персоналу щодо поліпшення якості у підприємстві, організація контролю якості, забезпечення доступу до інформації про якість, розробка заходів, прийняття рішень щодо якості.

Кінцевою метою управління якості є передбачення потреб суспільства та забезпечення його високоякісною продукцією, за рахунок досконалої організації виробничих процесів, взаємовигідних відносин між виробником та споживачем.

Як зазначає В. Г. Андрійчук, «якість продукції є функцією від рівня розвитку науково-технічного прогресу і ступеню реалізації його результатів у виробництво». Тобто, при зростанні якості продукції відбувається повніше задоволення потреб споживачів і, як наслідок, «ефективніше вирішуються соціально-економічні проблеми розвитку суспільства» [1].

Тобто, здійснюючи управління якістю, підприємства досягають стабільного зростання рівня якості організації виробничих процесів, забезпечення постійного підвищення якості продукції, що чинить позитивний ефект на поліпшення життєвого рівня людства.

На сучасному етапі, управління якістю – це складний процес, що має місце лише за умови розроблення, впровадження багатогранної системи, яка охоплює всі етапи формування якості продукції: вивчення кон'юнктури ринку, планування та проектування рівня якості, контроль вхідної сировини, вдосконалення технологічного рівня виробництва, навчання та мотивація персоналу, участь кожного працівника

у створенні якості, дотримання міжнародних стандартів, забезпечення логістики та гарантійного обслуговування, а також постійного загального удосконалення всіх ланок системи.

Конкурентоспроможність підприємства можлива, коли ідея якості буде пропагуватися на державному рівні, пронизуватиме галузі суспільного виробництва та підтримуватися кожним окремим працівником. Слід відмітити, що реалії сьогодення вимагають від учасників світового ринку поряд із виробництвом та реалізацією якісної продукції, яка б відповідала вимогам та очікуванням споживачів, приділяти значну увагу збереженню навколишнього середовища, впроваджувати системи управління безпекою праці, системи управління якістю відповідно до міжнародних стандартів.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств [Електронний ресурс] / В. Г. Андрійчук. – Режим доступу: <http://www.polka-knig.com.ua/article.php?book=1&article=130>
2. Аристов О. В. Управление качеством: учеб. пособ. для вузов. / О. В. Аристов. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 240 с.
3. Тепман Л. Н. Управление качеством: учеб. пособ. для студ. вузов, обуч-ся по спец. эконом. и управ. (080100) / Л. Н. Тепман; под ред. В. А. Швандара. – М.: ЮНИТИ. – ДАНА, 2007. – 352 с.
4. Шаповал М. І. Менеджмент якості: підручник / М. І. Шаповал. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання; КОО, 2007. – 471 с.
5. Янковский Н. А. Управление качеством в условиях международной конкуренции / Н. А. Янковский, Ю. В. Макогон, Н. В. Фомичев / под ред. Ю. В. Макогона. – Донецк: Донецкий нац-й ун-т, 2007. – 340 с.

Власенко Є. Ю.

Полтавський університет економіки і торгівлі, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В ЗОЛОТОВАЛЮТНИХ РЕЗЕРВАХ КРАЇНИ

Україна зберігає значну частку своїх резервних активів у цінних паперах, і перш за все в боргових зобов'язаннях нерезидентів. Це зумовлено тим, що строкові депозити в іноземних банках знижують рівень ліквідності резервів та підвищують ризики. Характерною особливістю формування структури золотовалютних резервів залишається прагнення мінімізації обсягів її готівкової частини. Це має об'єктивну причину, оскільки такі активи забезпечують державу надходженням певних доходів. Метою їх наявності є забезпечення поточних потреб у готівкових коштах на внутрішньому ринку. Саме ця частина резервів першою використовується для стабілізації ситуації на валютному ринку та стабілізації валютного курсу. Вище зазначене підтверджують данні, які наведено в табл. 1.

**Таблиця 1. Структура резервів в іноземній валюті за 2004–2012 рр.
(дані станом 31.12.2004–2012, *дані станом на 31.09.2012) [1]**

Резерви	Період	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
1 Цінні папери, %		7,73	20,78	39,04	48,17	53,51	54,63	57,10	61,45	62,13
2 Всього валюти та депозитів, %		92,27	79,22	60,96	51,83	46,49	45,37	42,90	38,55	37,87
а) в інших центральних банках, Банку міжнародних розрахунків та МВФ, %		53,66	34,97	8,47	0,11	16,80	17,36	8,44	8,67	23,91
б) в банках, чий центральний апарат розташований поза межами країни, що надає звітність, %		46,34	65,03	91,53	99,89	83,20	82,64	91,56	91,33	76,09
Резерви в іноземній валюті, %		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Дані таблиці 1 свідчать про те, що найбільш визначальною тенденцією, яка характеризує особливості застосування диверсифікації валютних резервів як інструмента валютної політики є суттєве зростання (з 7,73 % станом на 31.12.2004 до 62,13 % станом на 31.09.2012) частки цінних паперів, деномінованих в іноземній валюті. З іншого боку, у досліджуваному періоді спостерігалось різке зменшення на 57,4 п. п. (з 92,27 % станом на 31.12.2004 до 37,87 % станом на 31.09.2012) частки готівки та депозитів в іноземній валюті. Основна частина готівки та депозитів в іноземній валюті за аналізований період становила (винятком є 2004 рік) в банках, чий центральний апарат розташований поза межами країни, що надає звітність яка знаходилася в межах від 46,34 % до 99,89 %. Іншу частину склали готівка та депозити в іноземній валюті в інших центральних банках, Банку міжнародних розрахунків та МВФ.

При детальному аналізі структури резервів в іноземній валюті видно що за останні три роки значно знизилася вартість цінних паперів в ЗВР України (див. табл. 2).

**Таблиця 2. Дані про резервів в іноземній валюті за 2004–2012рр.
(дані станом 31.12.2004–2012, *дані станом на 31.09.2012) [1]**

Період	Резерви в іноземній валюті (млн. дол. США)	
	Цінні папери	Валюти та депозитів:
2004	733,32	8 756,19
2005	3 945,61	15 041,42
2006	8 527,80	13 315,36
2007	15 309,81	16 473,36
2008	16 475,49	14 316,36
2009	13 926,85	11 566,48
2010	19 026,99	14 292,45
2011	18 675,00	11 716,38
2012*	16 942,49	10 325,81

Як правило, золотовалютні резерви включають цінні папери у вигляді державних облігацій інших країн, акції в золотовалютні резерви не купують. Тоді не зрозуміло, чому вони подешевшали. Припустити, що в золотовалютних резервах знаходиться значна частина держоблігації США (за даними Національного банку України, станом на 1 вересня 2012 р. – третина всіх цінних паперів нашого золотовалютного резерву припадає на облігації США [1]), які в 2011 році стали більш дохідними, тому не зрозуміло чому зменшилася вартість цінних паперів в резервах НБУ про що свідчать дані табл. 2.

Для покращення ситуації яка виникла у ЗВР України правлінню НБУ слід переглянути структуру резервів в іноземній валюті. Адже формування оптимальної структури золотовалютних резервів, а також вжиття низки методів для ефективного управління ними, дозволить Національному банку України на належному рівні виконувати власні функції та завдання у валютній системі держави. Одним із дієвих методів подолання виниклої проблеми є приділення основної уваги при виборі розміщення золотовалютних резервів не в цінні папери, як в даній ситуації, а розміщення ЗВР в валюту та депозити. Таке рішення призведе до збільшення золотовалютних резервів шляхом отримання плати за користування грошима від інших країн.

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

Волков И. М.

*Ханты-Мансийское региональное отделение межотраслевых
эколого-экономических исследований Российской академии естественных наук,
г. Нижневартовск, Российская Федерация*

К ВОПРОСУ ПОСЛЕПРОЕКТНОГО АНАЛИЗА ОЦЕНКИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ ОТХОДОВ БУРЕНИЯ СКВАЖИН НА ТЕРРИТОРИИ СРЕДНЕГО ПРИОБЬЯ

Одним из эффективных способов анализа происходящих изменений в экосистемах на территории месторождений Ханты-Мансийского автономного округа – Югры является процедура послепроектного анализа оценки воздействия объектов обустройства на окружающую среду (ОС) реализуемая в рамках территориального экологического управления (планирования) (ТЭУ) в системе экологического менеджмента (ЭМ) в нефтяной компании или государственного контролирующего органа в области охраны окружающей среды. Помимо угрозе ОС, экологические проблемы нефтяных компаний могут также нести прямую угрозу также физическому выживанию, сохранению традиционного образа жизни и этническому природопользованию для аборигенного населения автономного округа.

В научно-популярной литературе и в текстах законодательных актов встречаются термины «управление охраной окружающей среды», «управление взаимодействием

общества и природы», «управление природоохранительной деятельностью», «управление в области использования природных ресурсов и окружающей среды», «экологический менеджмент». Различные виды экологического управления осуществляется разными субъектами: государством и его уполномоченными органами – в виде надзора; специальными ведомствами; хозяйствующими субъектами; общественными объединениями юридических лиц и граждан.

Встречается также термин «экологическое управление». Выделяется несколько видов экологического управления: государственное; ведомственное; производственное; общественное. С. А. Боголюбов кратко определяет экологическое управление как совокупность органов и способов осуществления охраны окружающей среды в РФ (Дубовик О. А. Экологическое право: Учебник. М.: ТК Велби, Проспект, 2003. С. 202).

Понятие «послепроектный анализ оценки воздействия на окружающую среду» в России базируется на подходе, изложенном в «Положении об оценке воздействия намечаемой хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду в Российской Федерации» (утверждены приказом Госкомэкологии России от 16.05.2000 г. № 372 «Об утверждении Положения об оценке воздействия намечаемой хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду в Российской Федерации»).

Согласно «Положению...», целью проведения оценки воздействия на окружающую среду (ОВОС) является предотвращение или смягчение воздействия этой деятельности на окружающую среду и связанных с ней социальных, экономических и иных последствий. Исследования по ОВОС намечаемой хозяйственной и иной деятельности включает помимо стандартного блока прогнозных исследований, предложения по программе экологического мониторинга и обязательную разработку рекомендаций по проведению послепроектного анализа реализации намечаемой хозяйственной и иной деятельности. В силу ослабления требований об обязательной государственной экологической экспертизы процедура и методика разработки данных рекомендаций до сих пор не освещена в научных источниках.

Рассматривая систему ТЭУ на территории лицензионного участка, а именно исследование процессов обезвреживания и переработки бурового шлама необходимо отметить, что наиболее масштабное образование количества отходов происходит на этапе бурения эксплуатационных скважин (начальный этап разработки месторождения). Процесс бурения скважин сопровождается применением специальных материалов и химических реагентов различной степени опасности, значительными объемами водопотребления и образования отходов производства и потребления. Буровые отходы, накапливающиеся в шламовом амбаре на территории площадки скважин, в своем составе содержат довольно широкий спектр загрязнителей минерального и органического происхождения, но после комплексного обезвреживания или переработки представляют собой инертную массу и имеют IV–V класс опасности.

Так по состоянию на 01.01.2011 г. на балансе всех работающих в Югре нефтяных компаний числилось 155718 скважин. Чтобы понять степень техногенного воздействия на литосферу, как части окружающей среды, приведем небольшой факт.

При расчетном объеме бурового шлама образующегося при бурении одной скважины около 1000 м³ и с учетом начальной влажности 50–70 %, выбуренный объем горной породы вместе с отходами буровых растворов, при равномерном распределении всего этого объема по территории автономного округа площадью 538801 км² от вершин Приполярного Урала и до верховья р. Вах образует слой толщиной около 0,288 м и объемом не менее 3991 тыс. м³ данных отходов. Фактически, если бы гипотетически вынуть весь образованный буровой шлам в ХМАО-Югре, то все население автономного округа оказалось бы по колено в нем. Такова цена экологической безопасности сегодняшнего экономического благополучия России и жителей округа в отдельности. Все это «богатство» сейчас размещено в колоссальной сети буровых шламовых амбаров сконцентрированных на территории лицензионных участков недропользователей Югры и лишь частично подвергается минимальной переработке.

В условиях реализации национального мега проекта «Урал Промышленный – Урал Полярный» встанет вопрос о последующей крупномасштабной рекультивации рудных месторождений Приполярного и Полярного Урала. Где взять в этом случае грандиозные объемы грунта для заполнения вновь образованного «лунного ландшафта», который неизбежно образуется после открытого карьерного способа добычи руды и нанесет значительный ущерб ландшафтно-образующей функции Урала в месте реализации проекта. А ведь это красивейшие ландшафты Приполярного Урала, зона альпийских лугов и потенциального рекреационного кластера Югры.

Видится, что альтернативой использования обезвреженного бурового шлама должно стать не его традиционное захоронение в насыпи кустового основания, а его применение в качестве стратегического материала рекультиванта, который даже по своему геологическому возрасту и геохимической природе будет близок той среде выработанных карьеров, в которых будет размещен. Вместе с этим, при выемке переработанного бурового шлама целесообразно оставлять выемку амбара не засыпанной, для посева трав-мелиорантов по бортам и бровке и образование резервного противопожарного водоема, что актуально в свете обострившейся пожароопасной обстановки в районах Западной Сибири в последние годы. Возможно, придется подымать уже захороненный шлам и везти его на площадки накопления резерва рекультивационного грунта, в том случае если по материалам инвентаризации таких объектов «исторического наследия» будет установлено несоответствие технических решений по гидроизоляции отходов бурения в объектах размещения буровых отходов – шламовых амбаров, или наличие не обезвреженных отходов бурения, наличие погребенного нефтешлама или рассмотреть целесообразность ликвидации объектов «исторического наследия» путем оставления статус-кво.

Представленные в тезисах материалы являются частью комплексного научного исследования проведенного автором, цель которого – раскрыть основные вопросы развития и становления ТЭУ деятельности добывающих компаний в регионе Среднего Приобья и предложить оптимальный и методически апробированный дальнейший путь его развития как инструмент послепроектного анализа оценки воздействия на окружающую среду процессов обустройства и эксплуатации территории лицензионного участка.

Денисов К. В.

Запорізький національний університет, Україна

ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ МОДЕРНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ПОТУЖНОСТЕЙ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В УКРАЇНІ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ СОТ

Набувши членства в СОТ, Україна, серед іншого, прийняла на себе зобов'язання дотримуватися норм, правил і вимог, закладених у документах даної організації. Одним із таких документів є Угода «Про субсидії та компенсаційні заходи», яка чітко регламентує межі участі держави (в особі уряду або уповноважених ним органів, організацій, установ, підприємств) в регулюванні виробничої та торговельної діяльності місцевих підприємств.

Необхідність забезпечення інтенсивного розвитку недосконалої виробничо-технологічної бази чорної металургії України, у т. ч. за участі держави, визначає потребу в пошуку дозволених для цього у рамках СОТ інструментів.

Угода про субсидії та компенсаційні заходи надає місцевим урядам право застосовувати субсидії як інструмент вирішення окремих завдань внутрішньої політики. При цьому, правила СОТ установлюють обмеження щодо можливостей застосування субсидій, які можуть призвести до деформацій умов внутрішньої чи зовнішньої торгівлі. Хоча надання субсидій тим підприємствам, які здійснюють експорт товарів (послуг), не може, лише на підставі цього факту, вважатися таким, що здатне спотворити умови зовнішньої торгівлі.

Пункт 1.1 Статті 1 даної Угоди тлумачить поняття «субсидія» як таке, що пов'язано з фінансовим сприянням, що надається на території Члена СОТ урядом або будь-яким державним органом, підтримкою доходів чи цін у будь-якій формі, отриманням вигоди, що надається таким чином.

Поняття «субсидія» передбачає, що фінансове сприяння з боку уряду (органу державної влади, державного підприємства тощо) може набувати таких форм:

- дотації, позики, вливання капіталу;
- відмова від доходів, що належать уряду або їх не стягнення;
- надання (закупка) товарів і послуг, крім загальної інфраструктури;
- здійснення платежів до механізму фінансування.

Забороненими є такі субсидії, що прив'язані до фактичного або очікуваного обсягу експорту або доходів від нього. Крім того, забороняються субсидії, які передбачають (прямо чи опосередковано) переважне використання вітчизняних товарів на відміну від імпорту. До таких субсидій відносять:

- спеціальні схеми утримання валюти, у т. ч виплата премій за експорт;
- пільгові тарифи на транспортну обробку та фрахт експортних вантажів;
- звільнення, скасування, відстрочка податків, зборів, платежів, відрахувань з виробництва та подальшого експорту продукції;
- спотворення схеми повернення зборів із імпорту для потреб експорту;

- фінансову підтримку експортерів за нижчими від ринкових ставками;
- інші витрати з боку держави, які прямо впливають на обсяги зовнішньої торгівлі тим чи іншим товаром [1].

Заходи державного регулювання, що застосовувалися в Україні, мали всі ознаки заборонених субсидій.

Зокрема, у період з вересня 1999 р. по березень 2000 р., металургійним підприємствам було списано пені та штрафів за невчасну сплату податків (а також зборів й інших платежів) на 387,1 млн. грн., надано відстрочку по платежах у бюджет на 1054,9 млн. грн. [2]. Протягом III кварталу 2008р. – II кварталу 2010 р., для металургійних підприємств було скасовано цільову надбавку за газ і електричну енергію [3].

Таким чином, можна побачити, що надавалися заборонені субсидії, які визначаються положеннями Угоди як «звільнення, скасування, відстрочка податків, зборів, платежів, відрахувань з виробництва та подальшого експорту продукції». У відповідь на введення таких заходів, урядами окремих країн, в період 1999–2001 рр., було запроваджено компенсаційні мита на рівні 30,5–116,37 % [4, с. 63].

Підстави для вжиття заходів дають ті субсидії, які спричиняють несприятливі наслідки для інтересів інших країн-членів СОТ. Це такі, що:

- завдають шкоди галузі вітчизняного виробництва іншого члена СОТ;
- зводять нанівець та нівелюють переваги, прямо чи опосередковано здобуті членами СОТ за Угодами ГАТТ 1994;
- завдають серйозної шкоди інтересам інших учасників СОТ [1];
- серйозна шкода визначається за наступними критеріями (стаття 6 згаданої Угоди):

- загальний обсяг субсидії перевищує 5 % вартості експортного товару;
- субсидії покривають виробничі збитки окремих галузей;
- субсидії мають тривалий характер і покривають виробничі збитки;
- уряд здійснює пряме списання заборгованості підприємствам.

Останній вид субсидій – які не дають підстав для застосування компенсаційних заходів з боку інших учасників СОТ. В узагальненому вигляді, дозволеними є субсидії на проведення наступних заходів:

- допомога у проведенні НДДКР, яка здійснюється підприємством самостійно або за контрактом із ВНЗ чи науково-дослідними установами;
- допомога неблагополучним регіонам;
- сприяння прискореній адаптації виробничих потужностей до сучасних вимог із охорони навколишнього середовища, які регламентуються відповідними законами та/або нормативними актами [1].

Розглянемо детальніше особливості застосування кожного з дозволених видів субсидій. Це дозволить нам визначити перспективні напрямки дослідження щодо пошуку ефективних інструментів державного регулювання виробничої та збутової діяльності вітчизняних підприємств чорної металургії.

Заходи щодо допомоги у проведенні НДДКР. Положення Угоди чітко визначають межі державних субсидій, яких необхідно дотримуватися. Державна допомога має становити не більше 75 % вартості промислових дослідів, а стосовно розробок на доконкурентній стадії – не більше 50 %.

Поняття «промислові дослід» означає створення знань, які можна буде використовувати під час розробки нових товарів або виробничих процесів, удосконалення існуючих товарів або виробничих процесів. «Розробки на доконкурентній стадії» передбачають переведення промислових дослідів у план, креслення чи макет нових/удосконалених/модифікованих товарів або виробничих процесів незалежно від напрямку їх використання.

Рівень допомоги встановлюється на основі загальних дозволених витрат у рамках окремого проекту. Дозволеними вважаються витрати на персонал, інструменти, устаткування, землю та споруди, консультації та еквівалентні послуги, додаткові накладні витрати, інші поточні витрати на НДДКР.

Надання та розподілення допомоги регіонам у рамках програм регіонального розвитку має відбуватися з урахуванням наступних вимог:

- регіон повинен мати чіткі географічні межі, а також власний економічний та адміністративний устрій;
- неблагополучний статус регіону має визначатися на основі нейтральних та об'єктивних оцінок (які можна перевірити) за визначеними критеріями, що вказують на те, що джерелом походжень його труднощів не є лише тимчасові обставини;
- дохід на душу населення/домогосподарств або ВВП на душу населення не перевищує 85 % середнього показника даної території за останні 3 роки;
- рівень безробіття у регіоні перевищує показник 110 % від середнього показника по даній території за останні 3 роки [1].

Сприяння у прискореній адаптації наявних потужностей до нових вимог щодо охорони довколишнього середовища. Нові вимоги щодо охорони середовища мають вводитися в дію відповідними законами та/або нормативними актами та проявлятися у більших обмеженнях і фінансових витратах фірм. «Наявними» вважаються ті потужності, які на момент введення нових вимог щодо охорони навколишнього середовища експлуатуються не менше 2 років.

Умовами надання сприяння підприємствам у прискореній адаптації є:

- допомога є одноразовою;
- обсяг допомоги не перевищує 20 % від витрат із адаптації;
- допомога не покриватиме витрат на заміну й експлуатацію устаткування, на яке надається допомога, так як ці витрати повинні повністю нести фірми;
- допомога прив'язана до планового зменшення фірмою обсягу забруднення і є пропорційною йому, а також не покриває економії на виробничих витратах, що досягається таким чином;
- допомога надається всім фірмам, які мають можливість пристосувати нове устаткування та/або виробничі процеси [1].

Висновки. Таким чином, пріоритети державної політики регулювання виробничої діяльності чорної металургії в Україні мають спрямовуватися на заходи із фінансування НДДКР, а також сприяння адаптації існуючих потужностей до нових вимог із охорони навколишнього середовища. При цьому, держава має суворо дотримуватися меж фінансування відповідних заходів, що унеможливить претензії з боку інших країн-учасників СОТ та запровадження компенсаційних заходів.

Фінансування НДДКР дозволить забезпечити модернізацію існуючого обладнання та створить умови для розробки нових технік і технологій. Допомога в адаптації наявних потужностей дозволить скоротити викиди підприємствами шкідливих речовин у атмосферу, що автоматично вплине на їхні витрати із сплати екологічних податків, а відтак – збільшить обігові кошти.

Комплексне застосування таких інструментів своїм результатом матиме скорочення споживання енергоресурсів і проміжних витрат сировини, поглиблення рівня переробки сталі, створення доданої вартості. Зростання доданої вартості автоматично призведе до зростання оплати праці та соціальних відрахувань в галузі, що позитивно вплине на внутрішній попит. Загалом, це позитивно вплине на конкурентоспроможність чорної металургії України, надавши їй додаткових переваг на світовому ринку сталі.

Список використаних джерел:

1. Угода СОТ про субсидії та компенсаційні заходи [Електронний ресурс] / Офіційний веб-портал Верховної ради України. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
2. Бюлетень Рахункової Палати України № 4 за 2000 рік [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ac-rada.gov.ua>
3. Про першочергові заходи зі стабілізації ситуації, що склалася в гірничо-металургійному та хімічному комплексі: Постанова КМУ № 925 від 14.10.2008 р. [Електронний ресурс] / Офіційний веб-портал Верховної ради України. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
4. Структурні реформи і трансформації в промисловості: перспективи і пріоритети: тези доп. і повідом. Міжнар. наук.-практ. конф. (Донецьк, 17 груд. 2010 р.) / НАН України, Ін-т економіки пром-сті [та ін.]. – Донецьк: Ін-т економіки пром-сті НАН України, 2010. – 308 с.

Зайцева Л. О.

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна

НАУКОВІ ПІДХОДИ ЩОДО РОЗГЛЯДУ ПИТАНЬ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Діяльність підприємства в умовах конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Для досягнення кращих показників діяльності, керівництву підприємства треба постійно управляти його конкурентоспроможністю.

Процес управління конкурентоспроможністю зумовлює необхідність використання наступних наукових підходів: системний, логічний, відтворювально-еволюційний, інноваційний, комплексний міждисциплінарний, глобальний, інтеграційний, віртуальний,

стандартизаційний, маркетинговий, ексклюзивний, функціональний, процесійний, структурний, ситуаційний, нормативний, оптимізаційний, поведінковий, директивний, діловий – кожний з яких, більш глибоко висвітлює певний аспект в управлінні.

Найчастіше для управління конкурентоспроможністю підприємства застосовують системний підхід, згідно з яким всебічно оцінюється його система управління як у цілому, так і на рівні конкретних конкурентних переваг; аналізується будь-яка ситуацію в межах окремо взятої системи; виявляється характер проблем, враховуються всі необхідні взаємозв'язки та взаємодії в системі управління діяльністю підприємством.

Найефективнішим в конкретній ситуації вважається той підхід, який найбільше відповідає даній ситуації. Аналіз наукових підходів, щодо управління конкурентоспроможністю підприємства, дозволяє:

- розглядати підприємство, як цілісний комплекс взаємозалежних компонентів спільних із зовнішнім середовищем (ознака системного підходу); для підвищення конкурентоспроможності якого в конкретній ситуації, місці і в конкретний час використовуються ті фактори, методи, способи управління, які найефективніші в конкретній ситуації (ознаки ситуаційного підходу);

- виявляти пріоритети, з метою встановлення раціональності співвідношення і підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів (ознаки структурного підходу); при активізації науково обґрунтованої інноваційної діяльності (ознака інноваційного підходу) та наявності у підприємства стійких конкурентних переваг (ознака ексклюзивного підходу); що сприяють можливості задовольняти потреби (ознака функціонального підходу) зовнішніх і внутрішніх споживачів при дотриманні оптимального співвідношення між упорядкованою діяльністю та індивідуальними замовленнями конкретних споживачів (ознака стандартизаційного підходу), в умовах постійного покращення якості, економії ресурсів (ознака маркетингового підходу),

- поновляти виробництво за рахунок зниження сукупних витрат, розвитку елементів зовнішнього середовища (ознака відтворювально-еволюційного підходу); при підвищенні ефективності людських ресурсів (ознака поведінкового підходу) їх перспективності, культури, професіоналізму, обов'язковості (ознака ділового підходу);

- відповідати вимогам: комплексності, ефективності, обґрунтованості і перспективності (ознака нормативного підходу); в умовах виконання безперервних взаємозалежних дій з стратегічного маркетингу, ціле встановлення, планування, організації процесів, аналізу і контролю, мотивації, регулювання (ознака процесійного підходу), в тому числі при використанні кількісних оцінок (ознака оптимізаційного підходу);

- акцентувати увагу на об'єктивності, всебічності, відповідності, послідовності розгляду об'єкта, при досягненні істинності, уникаючи необґрунтованих тверджень (ознаки логічного підходу); з обов'язковим врахуванням взаємозв'язку технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів управління (ознака комплексного міждисциплінарного підходу); в умовах посилення співробітництва і розширенні взаємозв'язків між суб'єктами управління (ознака інтеграційного підходу), в тому числі на рівні світового співтовариства (ознака глобального

підходу), при застосуванні мережі Інтернет, стільникового зв'язку й інших засобів електронного зв'язку (ознака віртуального підходу), в рамках регламентації конкурентних дій підприємства в нормативних документах (ознака директивного підходу).

Для розгляду усіх аспектів діяльності підприємства, а саме процесів виробництва, забезпеченості матеріальною базою, збуту, які більше за інші впливають на покращення результативності підприємства, слід виділити додаткові підходи до управління конкурентоспроможністю:

- виробничо-збутовий – посилення уваги управлінського апарату підприємства до ланцюга «виробник – продукція – споживач» та вдосконалення аспектів виробництва продукції, забезпечення ефективних ліній збуту;

- ресурсний – зосередження уваги керівництва на раціоналізації процесу забезпечення ресурсами кожного з етапів виробничої системи «вхід – процес – вихід». Важливим є розрахунок мінімального обсягу ресурсів, який забезпечує максимальний обсяг виробленої продукції.

Кожний з розглянутих підходів окремо не дозволяє розробити стратегію управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки один підхід своїм змістом та напрямком впливу доповнює інший, та тільки в комплексі, уникаючи ухилень, прорахунків, помилок і нехтувань можливо досягти лідерських позицій на ринку та здобути позитивний фінансовий результат, покращити якісні і кількісні параметри продукції; своєчасно оновлювати товари та вилучати економічно неефективні товари із збутової програми підприємства; регулярно удосконалювати системи сервісного обслуговування товарів та системи стимулювання збуту в цілому; ретельно та постійно здійснювати моніторинг продукції конкурентів та комплекс їх маркетингових дій.

Зайцева Н. І.

Технологіко-економічний коледж

Білоцерківського національного аграрного університету, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ – РУШІЙНА СИЛА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Поняття конкурентоспроможності продукції характеризує її властивість задовольняти певні конкретні потреби споживача на відповідному ринку і мати перевагу над такою ж продукцією інших товаровиробників. Це свідчить про здатність підприємства до ефективної господарської діяльності та забезпечення його прибутковості за умов ринку, тобто здатність витримувати конкуренцію на ринку, маючи вагомі переваги над виробами інших товаровиробників. Конкурентоспроможність продукції залежить від багатьох факторів. Практично вона вирішується ще на стадії проектування. Від закладеної технології виробництва, параметричних вимог до певного виробу, його кількісних і якісних показників, переваг над ідентичним виробом буде залежати конкурентоздатність даного виробу на ринку.

Визначаючи конкурентоздатність товару, підприємець обов'язково знає вимоги потенційних споживачів його продукції. Таким чином, формування конкурентоспроможної продукції починається з ринку, з визначення потреб споживачів, їхніх вимог, за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію.

Для визначення конкурентоспроможності продукції товаровиробнику необхідно бути обізнаним з:

- конкретними вимогами потенційних покупців (споживачів) до пропонованого на ринку товару;
- можливими обсягами попиту на продукцію;
- очікуваним рівнем конкуренції на ринку відповідних товарів;
- якісними (визначальними) параметрами продукції конкурентів;
- можливістю вийти на інші перспективні ринки з своїм товаром та закріпитись на них;
- ефективністю реалізації на ринку власних товарів.

Сьогодні слід зазначити, що вітчизняний ринок поступово заповнюють товари власного виробництва, витісняючи зарубіжного товаровиробника. За останні два роки Україна має позитивний баланс щодо імпорту-експорту. Це свідчить про те, що і якість товарів, і їх ціна стають більш конкурентоспроможними, відповідають вимогам сьогодення і завойовують зарубіжний ринок. Прийняття парламентом України відповідних законодавчих актів дасть можливість розкріпити товаровиробників, створити необхідні економічні й технічно-організаційні умови для швидкого економічного розвитку галузей народного господарства і забезпечення споживача товарами власного виробництва з високими якісними показниками і можливостями вийти на зовнішній ринок.

Також соціально-економічний вплив має дійове значення для формування і забезпечення виробництва високої якості та конкурентоспроможності продукції. Формами та методами економічного впливу на виробничі процеси є: узгоджена система прогнозування і планування рівня якості виробів; установлення прийнятих для продуцентів і споживачів цін на окремі види товарів; використання ефективної мотивації праці всіх категорій персоналу підприємства. Формами впливу соціальних чинників є усебічна активізація людського чинника, проведення належної кадрової політики, адаптованої до ринкових умов господарювання, створення належних умов праці та життєдіяльності.

Маючи достатньо забезпечений природно-ресурсний потенціал, високий рівень кваліфікованих кадрів, достатню кількість науково-технічних розробок і проектів, вітчизняні товаровиробники спроможні виготовляти продукцію і товари високої якості та достойно конкурувати на зовнішньому ринку – про це свідчить інтерес зарубіжних інвесторів до вкладання коштів в економічний розвиток України.

Стабілізація державної політики та входження України в Європейський Союз, посилення інтеграційних процесів у світі та використання наявних можливостей

в технічному розвитку галузей народного господарства, висока організація та удосконалення методів виробничої діяльності підприємств створюють умови для виробництва конкурентоспроможної продукції, яка нині має достатній попит на світовому ринку. На передній план мають вийти пріоритетні галузі й ліквідна продукція, яка користується підвищеним попитом.

Україна, піднявшись на дев'ять позицій, посіла 73 місце в підсумковому рейтингу конкурентоспроможності 144 країн світу. Такий висновок зробив Всесвітній економічний форум (ВЕФ) на основі свого дослідження, під час якого респондентам пропонувалося вибрати зі списку п'ять найпроблемніших чинників для ведення бізнесу в країні і розташувати їх у порядку зниження (рис. 1). Найнегативнішим чинником для ведення господарської діяльності в Україні 15,3 % опитаних назвали доступ до фінансування. На другому місці корупція (14 %), далі податкове адміністрування (13,6 %), розміри податків (10,5 %), неефективний урядовий апарат (7,9 %).

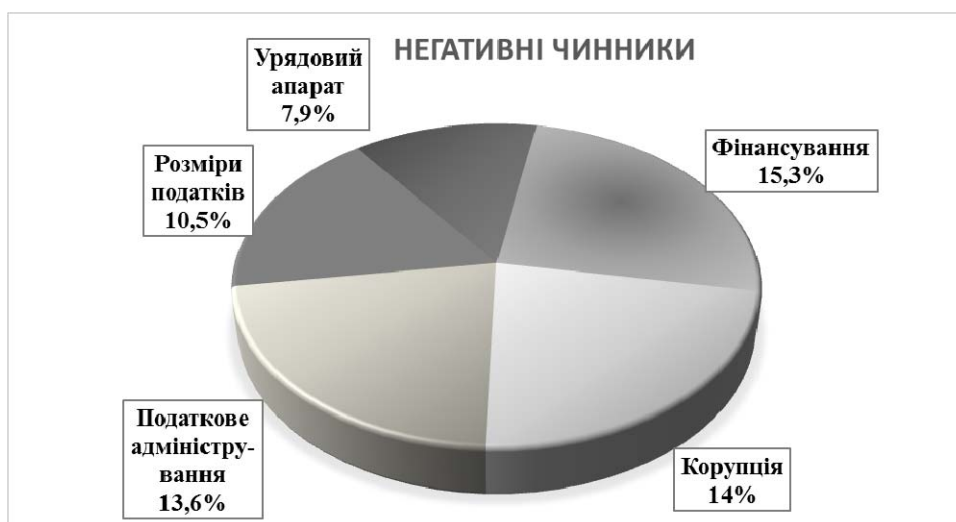


Рис. 1. Негативні чинники для ведення бізнесу в Україні

Отже, для виходу на міжнародний ринок із товарною продукцією необхідно створити однакові умови для наших підприємств із підприємствами, які виготовляють ідентичну продукцію за кордоном – це буде справжня чесна конкурентна боротьба між товаровиробниками.

Зінчик С. М., к. е. н. Момот О. М.

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна

ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Конкурентоспроможність – основа ефективного розвитку економіки. Саме вона є вираженням і основним елементом конкуренції, що в свою чергу дозволяє економіці рухатися вперед, відкидати все зайве та залишати найефективніше. Економічна

конкуренція, а з нею і конкурентоспроможність, знаходить своє яскраве відображення в обох суб'єктах економічних відносин – виробниках і споживачах. Виходячи з цього досліджувати природу конкурентоспроможності та факторів, що її забезпечують, необхідно з двох точок зору.

Вивченням і висвітленням різних аспектів конкурентоспроможності займалися такі вчені, як М. Портер, А. Сміт, К. Маркс, М. Єрмолов, В. Базилевич, Л. Дідківська, А. Ігнатюк тощо. Проте залишається ряд невизначених питань, а саме:

- на сьогодні відсутнє конкретне визначення поняття конкурентоспроможності, яке б в повній мірі її характеризувало;
- недостатньо висвітлені питання забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Поняття конкуренції в економіці сформувалося ще в давні часи. Деякі науковці пов'язують походження цього терміну з німецьким словом «konkurrenz», а інші вбачають англійське «competition». Однак і ті, й інші погоджуються, що ці поняття у свою чергу походять від латинського «conspicere», яке означає, з одного боку, злиття і взаємопроникнення, а з іншого – зіткнення, тобто відображаються процеси взаємодії. Таке тлумачення терміну «конкуренція» було первинним в економічній літературі [1].

Адам Сміт вважав конкуренцію чесним, без змови, суперництвом, яке проводиться між продавцями (або покупцями) за найбільш вигідні умови продажу (купівлі) товару. А. Сміт вперше довів, що конкуренція, зрівнюючи норми прибутку, призводить до оптимального розподілу праці та капіталу [3].

Незважаючи на різноманітність визначень конкуренції у науковій літературі, всі вони погоджуються в одному, що це комплексна категорія, де в протиборстві сходяться дві та більше сторін в одному сегменті та визначають стан взаємовідносин продавця та покупця на ринку, що в кінцевому підсумку сприяє одержанню вигоди продавцем і задоволення потреб покупця. Це твердження подане лише з метою продемонструвати сутність конкурентоспроможності через значення конкуренції. І ці поняття не можна розглядати окремо, так як тоді їхній зміст втрачається.

Враховуючи відносність і багатогранність конкурентоспроможності науковці розглядають цю категорію на таких рівнях:

- конкурентоспроможність продукції;
- конкурентоспроможність підприємства;
- конкурентоспроможність ринку;
- конкурентоспроможність регіону;
- конкурентоспроможність галузі;
- конкурентоспроможність держави.

На кожному з поданих рівнів конкуренція має свої особливості, що відобразилися на їхній конкурентоспроможності. Основними базовими, системоутворюючими поняттями є конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства, так як саме ці елементи є рушійною силою розвитку ринку, регіону, галузі та кінцевому результату – економіки держави.

На думку М. Єрмолова, конкурентоспроможність виробника представляє собою відносну характеристику, яка відображає відмінності процесу розвитку даного виробника від виробників-конкурентів як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності. Але проаналізувавши це визначення стає зрозумілим, що воно не відображає основну характеристику конкурентоспроможності – здатність конкурувати.

В. А. Ільїна вважає, що конкурентоспроможність підприємства включає сукупність внутрішніх факторів, обумовлених рівнем використання його науково-технічного, виробничого, кадрового потенціалу, потенціалу маркетингових служб, а також зовнішніх соціально-економічних і організаційних факторів [4].

С. В. Мочерний, в свою чергу, наводить наступне визначення: «конкурентоспроможність – це здатність працювати прибутково, використовуючи всі наявні фактори виробництва і виробляти продукцію за певними параметрами кращу, ніж продукція конкурентів» [2].

Деякі автори пропонують оцінювати конкурентоспроможність лише з точки зору статичного підходу, без урахування динамічних змін (фактору часу). Також, є ряд науковців, що не враховують можливість адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища.

Таким чином, можна констатувати, що всі визначення конкурентоспроможності різняться між собою, виходячи з характеристики «кута зору», з якого той чи інший вчений розглядають дану категорію.

На нашу думку, конкурентоспроможність – це сукупність факторів внутрішнього та зовнішнього середовища суб'єкта господарювання, які в системному поєднанні дозволяють вести ефективну діяльність і створювати продукт (послугу), який би користувався попитом у споживачів.

Список використаних джерел:

1. Библиотека юного исследователя [Електронний ресурс] / Человек в процессе научного познания. – Режим доступа: <http://www.nplit.ru/books/item/f00/s00/z00000030/st025.shtml>
2. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія: у 3-х т. [Електронний ресурс] / С. В. Мочерний. – К.: Академія, 2002. – Т. 3. – 952 с.
3. Світові макроекономічні дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.nauka.kushnir.mk.ua/makroekonomika/gdp/gdp_ukraine.html
4. Феоктістова Т. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств та її прогнозування / Т. В. Феоктістова, В. А. Ільїна // Шкіряно-взуттєва промисловість. – 2002. – № 15 – С. 16–17.
5. Юхименко П. І. Історія економічних учень: навч. посіб. / П. І. Юхименко, П. М. Леоненко. – К.: Знання-Прес, 2005. – 583 с.

Корицька О. І.

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

**ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ
«ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА»**

Доцільність осмислення сучасного стану української економіки, пошук механізмів управління нею все частіше зосереджує увагу вчених на історії розвитку народного господарства та процесі формування економічної наукової думки. Ретроспективний аналіз формування економічних теорій дає можливість дослідити широкий спектр підходів до вивчення економічних і соціальних проблем.

У результаті дослідження економічного розвитку України кінця XIX – початку XX століття, зауважуємо відсутність систематичного вивчення ефективності, як складової економічної науки. У той час економічна система розглядалася як мережа виробничо-споживчих комун і виробництво було підпорядковане прямому товарообміну, його результати не порівнювалися із витратами на їх виготовлення.

Питання про врахування ефективності постало в часи нової економічної політики, коли керівництво держави чинило тиск на виробників, вимагаючи знаходити внутрішні резерви підвищення прибутку, тим самим шукати шляхи підвищення ефективності господарської діяльності. Серед економістів, хто звернув увагу на приріст доходів із урахуванням можливостей виробництва, був вітчизняний науковець М. І. Туган-Барановський. У 1916 році вперше опублікована його праця «Соціально-економічна природа кооперації», де автор вводить поняття кооперативу, як господарського підприємства, утвореного шляхом добровільного об'єднання декількох осіб, метою яких є не отримання найбільшого прибутку на витрачений капітал, а збільшення трудових доходів його членів, завдяки здійсненню господарської діяльності [4, с. 69–73]. Таким чином, М. І. Туган-Барановський наголошує, що виробнича одиниця прагне отримати найкращий результат в умовах обмежених ресурсів. При цьому, автор визначає різницю між капіталістичним підприємством та кооперативним, де «яку б форму власності не мало кооперативне підприємство, які б цілі воно не переслідувало, воно ніколи не ставить за мету отримання капіталістичного прибутку...оплата капіталу для кооперативу є не ціль, а тільки засіб для досягнення інших цілей» [4, с. 11]. Тобто, М. І. Туган-Барановський зосереджує увагу на дослідженні ефекту від здійсненої діяльності, який полягає не тільки у накопиченні капіталу, а й у покращенні умов торгівлі, праці, житті людей.

У часи індустріалізації і перших п'ятирічок питання збільшення ефективності загального виробництва трактувалось як досягнення високих темпів економічного розвитку. Проте темпи виробництва були дуже обмеженими показниками вимірювання народногосподарської ефективності.

Створення теорії ефективності, як результативності виробництва, співвідношення між результатами виробничої діяльності та витратами праці в її сучасному трактуванні належить до кінця 40-х років XX століття, коли була опублікована праця

С. Г. Струмиліна [3, с. 12]. Автор ввів у наукову теорію визначення абсолютної ефективності виробництва, як відображення вартості продукції на одиницю сукупної праці.

Пошук та пропозиція альтернативних варіантів розрахунку ефективності виробничої діяльності знайшли своє відображення у працях різних економістів того часу. Ґрунтовне дослідження інтерпретації поняття «ефективність» представлено у дисертаційній роботі І. Н. Вигалової [2]. Автор зазначає, що у 50-х–60-х роках ХХ століття І. С. Малишев та В. А. Соболев запропонували використовувати для визначення ефективності концепцію ціни [2, с. 12]. Зокрема, розраховувати ефективність капітальних вкладень, рентабельність та доцільність будь-якого господарського рішення через визначення ціни виробів. Такий підхід не був підтриманий іншими науковцями.

Економічна ефективність підприємств у 60-х–70-х роках ХХ століття розраховувалася з використанням показників прибутку і рентабельності [2, с. 12]. При цьому вважалося, що рентабельність це показник, який найбільш повно відображає всі основні сторони виробничої діяльності. Л. І. Абалкін, розглядаючи таку економічну категорію, підкреслює, що для визначення ефективності виробництва доцільно порівнювати отримані результати зі здійсненими витратами. При цьому, під «ефективністю виробництва» автор розуміє «отримання певного результату на одиницю використаних ресурсів» [1, с. 66]. На думку вченого, у промисловості центральним показником є виконання плану поставок продукції, при цьому категорія «ефективність виробництва» настільки багатопланова, що важко охопити всі її сторони за допомогою одного показника.

Наприкінці 70-х років ХХ століття, у зв'язку зі зростанням обсягів виробництва, завдання правильного розрахунку ефективності витрат праці на виробництво продукції стає більш актуальним. У цей час з'являється монографія Т. С. Хачатурова, в якій «ефективність (соціальна і економічна) є відношенням економічного або соціального ефекту до потрібних для його здійснення витрат» [5, с. 22].

Тенденції розвитку зарубіжної економічної теорії ефективності характеризуються тим, що наукова думка розвивалась у двох напрямках – макро- і мікроекономіки. Ефективність у макроекономіці розглядалася як теорія ефективного попиту, що ґрунтується на балансі попиту і пропозиції. У мікроекономіці економічна ефективність розглядалася на рівні господарської діяльності окремих підприємств, при цьому розраховувались показники абсолютної і порівняльної ефективності.

У роботі Е. Д. Долана ефективність розглядається на рівні економіки як система, яка унеможливорює зміну добробуту однієї особи без зміни добробуту іншої. На рівні промислового виробництва ефективною вважається така організація виробництва, яка робить неможливим зміну випуску одного виду продукції, без зміни обсягу випуску іншої [6, с. 143–166].

К. Р. Макконел і С. Л. Брю у праці «Економікс» зазначають, що ефективність характеризує зв'язок між кількістю одиниць вичерпних ресурсів, які застосовуються в процесі виробництва, і отриманою в результаті кількістю потрібної продукції, де,

«ефективність виробництва досягається, коли необхідні товари і послуги виготовляються з найменшими затратами» [7, с. 27–28]. Натомість, М. Альберт, М. Х. Мескон та Ф. Хедоурі ефективність виробництва трактують як відношення кількості одиниць на виході до кількості одиниць на вході [8, с. 410].

Таким чином, проаналізувавши історичну інтерпретацію категорії «ефективність» в економічній теорії, ми робимо висновок, що розвиток теорії ефективності відбувався під впливом основних напрямів загально економічних досліджень. Інтерес до вивчення зазначеного поняття виникає на підставі необхідності у його дослідженні та застосуванні.

Список використаних джерел:

1. Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации / М. И. Туган-Барановский. – [2-е изд.]. – Берлин: Слово, 1921. – 528 с.
2. Струмилин С. Г. Эффективность капитальных вложений / С. Г. Струмилин // Известия АН СССР, отделение экономики и права. – 1946. – № 3. – С. 10–22.
3. Выгалова И. Н. Статистическое исследование экономической эффективности деятельности промышленных предприятий: дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.12 / Выгалова Ирина Николаевна. – Оренбург, 2003. – 182 с.
4. Абалкин А. И. Конечные народнохозяйственные результаты: сущность, показатели, пути повышения / А. И. Абалкин. – [2-е изд.]. – М.: Экономика, 1982. – 184 с.
5. Хачатуров Т. С. Эффективность капитальных вложений / Т. С. Хачатуров. – М.: Экономика, 1979. – 336 с.
6. Долан Э. Д. Рынок. Макроэкономическое моделирование / Э. Д. Долан. – СПб.: Компар, 1992. – 496 с.
7. Макконнелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю; пер. с 13-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 1999. – XXXIV, 974 с.
8. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі; пер. с англ. – М.: Дело, 1997. – 704 с.

К. е. н. Кубіній Н. Ю., Шеверя М. Ю., Федорович О. А., Попович В. В.

Ужгородський національний університет, Україна

ПРИНЦИПИ ТА ВАЖЕЛІ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В межах даного дослідження більш детально зупинимося на питаннях інституалізації інноваційного розвитку, при цьому його побудова заснована на основних принципах ринкового механізму та державної політики. Саме поєднання ринкових та адміністративних заходів створює каркас інституціональних відносин в державі. До ринкових механізмів формування інституціонального середовища, здатного забезпечити формування національних конкурентних переваг віднесені конкуренція, попит, пропозиція та вільне ціноутворення. Адміністративні механізми базуються на принципах державної інноваційної політики, серед яких основними виділені:

- орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України;
- визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;
- формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності;

- створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;
- забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;
- ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері;
- здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок;
- фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності;
- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;
- інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності;
- підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності [1].

Дане дослідження показало, що розвиток інноваційної активності країни може здійснюватися під впливом ринкових та адміністративних важелів у наступних сферах життєдіяльності країни (1):

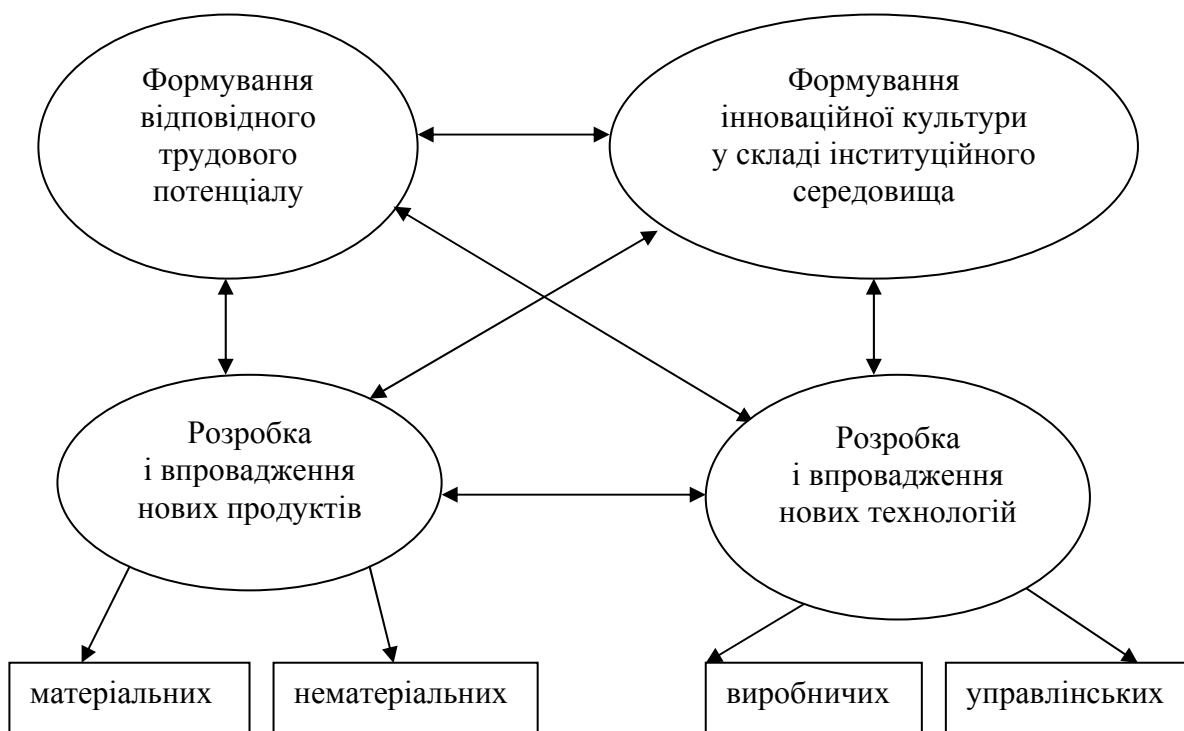


Рис. 1. Основні сфери інституалізації інноваційної активності у країні

Інноваційний розвиток вказаних сфер буде відбуватися при провадженні наступних заходів:

1. Формування промислового попиту на інноваційні продукти. Підприємства, організації, цілі регіони повинні відчувати потребу у впровадженні інновації як необхідної умови формування та активізації їх стратегічного потенціалу і створення конкурентних переваг. Це можливо досягти наступними шляхами:

по-перше, через розвиток конкуренції, в умовах якої саме інновації виступають базовими конкурентними перевагами. В даному випадку конкуренція охоплює не лише суб'єктів підприємницької діяльності, але й ринок робочої сили, ринок освіти, ринок знань в цілому. Так, підприємства та організації вступають в конкуренцію не лише на ринках матеріальних ресурсів чи ринках збуту, але й за кадри з високим інтелектуальним потенціалом, здатні генерувати і втілювати новації в практичну господарську діяльність;

по-друге, через державне стимулювання інноваційної діяльності підприємств на основі певної фіскальної політики, систему пільг і преференцій, які будуть спрямовувати витрати підприємств на дорогі інноваційні продукти. Іншими словами, підприємствам має бути вигідно застосовувати інновації і підвищувати кваліфікацію працівників.

2. Формування попиту держави на нові ідеї та їх комерціалізацію. Саме держава, використовуючи програмно-цільовий метод управління, формує не тільки техніко-технологічну та організаційно-економічну платформи для розвитку інноваційної діяльності, а й створює інституціональне середовище, головним ядром якого є інноваційна культура. Держава забезпечує реалізацію освітньої та наукової політики, які визначають рівень освіти та креативності трудового потенціалу, забезпечує орієнтовну структуру робочої сили, адекватну політиці інноваційного розвитку. Держава відповідальна за наявність робочої сили, яка здатна не тільки продукувати ідеї, але й використовувати нові технології, споживати нові науково міські товари.

Важливим наслідком розвитку інституційного потенціалу, як частини стратегічного, є зниження ризикованості та невизначеності шляхом встановлення правил визначення та вибору альтернатив економічної поведінки складових потенціалу. Норми і традиції в даному випадку використовуються як інструменти, що забезпечують структурованість і передбачуваність шляхів та результатів розвитку національної економіки. Норми та традиції в суспільстві дозволяють також приймати структуровані управлінські рішення, особливо стратегічного характеру, тому що спонукають економічних і соціальних агентів діяти відповідно встановлених на полі дій правил, норм, прав та обов'язків. Особливе значення набуває розширення інституціонального потенціалу у сфері контрактів та угод, які є основою підприємницької діяльності, соціального партнерства, взаємодії держави і бізнесу.

Протікання інноваційних процесів в економіці, за думкою В. М. Гейця, забезпечують такі інститути [2, с. 340]:

- діяльність яких спрямована на підготовку людського капіталу та сприятливого інформаційного середовища для здійснення інноваційної діяльності;
- що беруть безпосередню участь у процесі створення, комерціалізації та використання нового знання;
- які спрямовані на забезпечення інноваційної діяльності матеріальними ресурсами.

Особливими інститутами інноваційного розвитку країни, стверджують академічні діячі, є держава та ринок, які у першому випадку – цілеспрямовано за допомогою

важелів економічної політики, у другому – спонтанно через коливання кон'юнктури здійснюють загальне регулювання інноваційної діяльності і селективну підтримку окремих інноваційних проектів.

Для забезпечення інноваційних проектів фінансовими ресурсами доцільно прискорити створення державних інноваційних фінансово-кредитних установ; створити інститут державного «посівного» фінансування інноваційних проектів; створити механізми державного гарантування та страхування кредитів, спрямованих на низькоризиковані інноваційні операції, наприклад, оновлення основних засобів, закупівлю ресурсозберігаючих технологій, розвиток персоналу; розробити систему податкового стимулювання інноваційної діяльності, зокрема, малого високотехнологічного бізнесу; провести комплекс заходів щодо сприяння розвитку венчурного підприємництва; ініціювати формування мережі місцевих інвестиційних компаній.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : в 3 т. – Т. 1 : Економіка знань – модернізаційний проект України / [за ред. акад. НАН України В. М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б. Є. Кваснюка]. – К. : Фенікс, 2007. – 544 с.

Кузьменко О. К.

Полтавська державна аграрна академія, Україна

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Формування та підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва в Україні належать до пріоритетних завдань національного економічного розвитку. При цьому, головним завданням сільськогосподарського підприємства є забезпечення сталого розвитку аграрного ринку за умов формування та підтримки зовнішньоекономічних зв'язків [1, с. 25]. Однією з найважливіших причин нинішнього кризового стану вітчизняних підприємств аграрного сектору є те, що вони виявилися не готові до конкуренції із західними підприємствами на відкритих внутрішніх і зовнішніх ринках. Ця ситуація підтверджується аналізом фінансово-економічного стану вітчизняних сільськогосподарських підприємств.

Серед ряду причин неплатоспроможності на першому місці є низька конкурентоспроможність продукції вітчизняного виробництва. Внаслідок цього та високого рівня інфляції відбувається скорочення обсягів виробництва, що призводить до недозавантаження виробничих потужностей – до росту частки постійних витрат у структурі собівартості продукції. Також, при формуванні ціни, вітчизняні сільськогосподарські підприємства орієнтуються на ринкові ціни, не маючи, при цьому, належного

рівня якості продукції, що призводить до появи збитків із усіма наслідками, які випливають з цього.

Тобто низький рівень конкурентоспроможності для будь-якого підприємства є прямим шляхом до банкрутства.

Явища конкуренції та конкурентоспроможності продукції, формування конкурентного середовища досліджувалися в роботах В. Г. Андрійчука, О. Д. Гудзинського, С. І. Дем'яненка, О. Ю. Єрмакова, В. В. Зіновчука, С. М. Кваші, П. М. Макаренка, М. Й. Маліка, В. Я. Месель-Веселяка, П. Т. Саблука, М. П. Сахацького, І. Н. Топіхи, І. І. Червена, В. В. Юрчишина, В. М. Яценка та інших. Теоретичні засади формування стратегій конкуренції викладено також у працях зарубіжних учених: Г. Л. Азоева, М. Е. Портера, У. М. Ліферта, Д. М. Майєра, Т. К. Пауелла, Й. А. Шумпетера, Р. А. Фатхутдінова.

Конкурентоспроможність в економічній аграрній науці відноситься до ключових категорій, що відображає ефективність формування та використання ресурсного потенціалу, інвестиційно-інноваційних можливостей та резервів, важелів управління та маркетингу в сільськогосподарських підприємствах всіх форм власності та організації виробництва. Її рівень визначається обсягами, асортиментом та якістю виробленої продукції, фінансово-економічним становищем суб'єкту господарювання.

Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності першочергове значення мають [2, с. 127]:

- ефективна організація та висока культура виробництва;
- підприємницька ініціатива;
- рівноправний доступ до ресурсів;
- сприятлива цінова кон'юнктура;
- державна підтримка вітчизняного товаровиробника.

При цьому важливе значення мають врахування регіональних особливостей функціонування сільськогосподарських підприємств та формування ринку продовольчої продукції. Саме конкурентоспроможність визначає місце та роль сільськогосподарського підприємства у територіальному поділі як в регіоні, так і в країні та за її межами.

Для сучасного етапу розвитку ринку наявність саме своєї конкурентної переваги є вирішальним при виборі споживача та для виживання будь-якого підприємства.

Отже, сьогодні у нашій країні недооцінюють проблеми конкурентоспроможності продукції і підприємства в цілому.

Таким чином, проблема формування та управління конкурентоспроможністю продукції (підприємства) є актуальною для вітчизняних сільськогосподарських підприємств на сучасному етапі, що визначається наступним:

- зниження конкурентоспроможності продукції є чинником ризику;
- вихід з важкого фінансового стану можливий тільки у результаті створення конкурентоспроможного виробництва;
- у бізнес-планах інвестиційних проєктів і планах фінансового оздоровлення під-

приємств недовраховуються питання оцінки конкурентоспроможності продукції і підприємства в цілому;

- цінова політика аграрного підприємства повинна базуватися на оцінці конкурентоспроможності продукції, що випускається;
- формування системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств доцільно проводити на підставі об'єктивної інформації про стан підсистем;
- забезпечення якісних характеристик вітчизняної сільськогосподарської продукції слід здійснювати шляхом широкого застосування міжнародних стандартів та вдосконалення системи контролю за якістю сільськогосподарської продукції.

Список використаних джерел:

1. Бурлака О. П. Чинники формування конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств / О. П. Бурлака, О. А. Бурлака // Технологический аудит и резервы производства. – 2012. – № 2 (4). – С. 23–26.
2. Кулешова Г. М. Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві / Г. М. Кулешова // Економіка АПК. – 2008. – № 3. – С. 126–132.

К. е. н. Кузьменко О. К.

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Перехід економіки України на ринкові відносини поставив конкурентоспроможність у ранг визначальних критеріїв оцінки потенціалу суб'єктів господарювання. Особливість сучасності полягає в тому, що категорія конкурентоспроможність набуває якісно нових рис через зміну конкурентного оточення та інституціональних умов їх реалізації. Однією з цих умов є механізм управління розвитком підприємства. Механізм управління розвитком підприємства є частиною загальної системи управління підприємством, від якого залежить загальний результат діяльності суб'єкта, його конкурентоспроможність. Цей механізм складається з 12 етапів: 1) формування та аналіз цілей підприємства; 2) оцінка поточного стану рівня розвитку підприємства; 3) аналіз і оцінка загального потенціалу підприємства: діагностика, моніторинг; 4) підтримка існуючого потенціалу; 5) визначення резервів; 6) формування вектору розвитку; 7) формування концепції змін; 8) визначення шляхів та формування механізму реалізації змін; 9) реалізація стратегії розвитку; 10) проведення контролінгу; 11) економічна політика проведення змін; 12) формування політики розвитку.

Перший етап процесу формування включає визначення об'єктів та суб'єктів управління, що здійснюють конкретні дії, а також цілі, які переслідують дані суб'єкти. Цей етап реалізовується на основі сформованої системи цілей розвитку торговельного підприємства [1], а саме, фільтрування спочатку: цілей господарсько-фінансової діяльності; цілей щодо розвитку підприємства; цілей проектів розвитку підприємства.

На другому етапі оцінюється поточний стан та рівень розвитку підприємства, виконується аналіз чинників, що впливають на об'єкт і на виконання поставлених завдань і цілей. Оцінка поточного стану та рівня розвитку підприємства, його ресурсної бази проводиться на основі різноманітних методів фінансового аналізу, а отримані результати будуть визначати обсяги, глибину та напрями впливу суб'єктів управління на діяльність чи хід роботи торговельного підприємства.

Етап «Аналіз і оцінка загального потенціалу підприємства» виконується за допомогою методики інтегральної оцінки показника розвитку підприємства. Отже, на основі цієї оцінки, здобуття конкурентних переваг відбувається ще, за рахунок набору наявних та прихованих ресурсів, що становлять економічний потенціал, факторів споживчого інтересу до підприємства і стадій життєвого циклу, на якому перебуває підприємство на даний час. Лише після врахування цих факторів, підприємство може обрати відповідну стратегію управління економічним потенціалом та забезпечити відносно довготермінову конкурентну перевагу. За умови, що оцінка існуючого загального потенціалу та потенціалу розвитку підприємства задовольняє вимогам зовнішнього середовища, проводяться заходи щодо підтримки існуючого потенціалу та контролінг результативності, ефективності та рівня досягнення успіху, якщо ні – моніторинг (рис. 1). Основною метою такого моніторингу є можливість отримання керівництвом підприємства інформації про стан потенціалу підприємства та можливості його ефективної реалізації [2, с. 26].



Рис. 1. Схема моніторингу та реалізації потенціалу підприємства (розробка автора) [2, с. 26]

Наступний етап – «Формування концепції змін» – відбувається за рахунок формування матриці вибору стратегій розвитку з урахуванням таких принципів, як орієнтація на довгострокові цілі; забезпечення взаємозв'язку сукупності елементів економічної стратегії, за допомогою яких буде досягатися стратегічна мета діяльності підприємства; багатоваріантність напрямів розвитку; комплексність розробки стратегії.

Етап «Визначення шляхів та формування механізму реалізації змін» відбувається за рахунок визначення того, яким чином підприємство буде реалізовувати свої зміни, тобто шляхом: реструктуризації; нововведення та інноваційних перетворень; реінжиніринг бізнес-процесів. Таким чином, у результаті виконання 7-го та 8-го етапів механізму сформовано цілі, стратегічні напрями та перспективи розвитку підприємства, узгоджено цілі розробленої стратегії розвитку із загальною стратегією підприємства.

Успіх реалізації розробленої стратегії розвитку торговельного підприємства залежить від діючої системи контролю. На цьому етапі визначається результативність, ефективність та рівень досягнення успіху торговельним підприємством за допомогою моніторингу економічної політики проведених змін, який включає: аналіз та оцінку рівня розвитку торговельного підприємства; визначення досягнутих результатів реалізації стратегії розвитку та їх порівняння зі встановленими стандартами; коригування стратегії та формування коригуючих заходів.

Таким чином, використання розглянутого механізму управління потенціалом розвитку торговельного підприємства дозволить здійснити на високому рівні аналіз та вибір варіанту стратегії розвитку підприємства, що значно посилить його конкурентні позиції в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Рогоза М. Є. Моделі розподілу ресурсів у стратегічному управлінні підприємством / М. Є. Рогоза, О. К. Кузьменко // Проблеми економічної кібернетики: XII Всеукраїнська наук.-метод. конф., 3–5 жовтня 2007 р. – Л., 2007. – С. 65–66.
2. Рогоза М. Є. Моделювання механізму нарощування потенціалу розвитку підприємства / М. Є. Рогоза, О. К. Кузьменко // Проблеми економічної кібернетики: матеріали XV Всеукраїнської наук.-метод. конф., 4–8 травня 2010 р. – Луганськ; Євпаторія: [б. в.], 2010. – С. 168–169.

Кулієвич О. Я.

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

В умовах економічної глобалізації та інтернаціоналізації вагомого значення набуває посилення конкуренції країн на світових ринках. В останні роки концепція конкурентоспроможності стала парадигмою економічного розвитку. Конкурентоспроможність захоплює свідомість як обмеження і проблеми, пов'язані з глобальною

конкуренцією, в той час, коли ефективні дії уряду стримуються бюджетними обмеженнями і приватний сектор стикається з серйозними бар'єрами для конкуренції на внутрішньому та міжнародному ринках.

На даний час визначення конкурентоспроможності неоднозначне. Діапазон визначень є досить широким. Визначення конкурентоспроможності може порівнюватися як з іншими поняттями (ефективності, продуктивності, тощо) так і самотійно.

Національна конкурентоспроможність є важливим аспектом для невеликих відкритих економік, для покращення життя населення, через підвищення продуктивності праці та залежність від торгівлі і прямих іноземних інвестицій.. Ірландська Національна Рада з конкурентоспроможності використовує конкурентоспроможність як піраміду структури для спрощення факторів, що впливають на національну конкурентоспроможність. Це порівняння, зокрема, між політикою входів по відношенню до бізнес-середовищ, фізичної інфраструктури та інфраструктури знань.

Україна займає вагоме місце в світовій економіці з погляду на її ресурсний потенціал і кадрові можливості. В умовах ринкової економіки в Україні виникла потреба в підготовці кадрів і спеціалістів широкого профілю. На сьогоднішній день український ринок праці потребує висококваліфікованих кадрів у всіх сферах діяльності. На даний час країна не може забезпечити своїх громадян високим рівнем життя, хоча має на це усі необхідні ресурси. Тому влада найближчим часом мусить розглянути таке актуальне питання як розвиток і конкурентоспроможність держави, щоб досягти у цьому високих результатів.

У світовій практиці питанням конкурентоспроможності займалися такі видатні вчені як, Л. Саммерс, Дж. Харт, Е. Хекшер П. Кругман, С. Ліндер, Б. Олін. За останній період цим питання також займалися і українські вчені: Я. Базилук, О. Білорус, Б. Буркинський, М. Делягін, Я. Жаліло, В. Іноземцев, Б. Кузик, Д. Лук'яненко, С. Меншиков, І. Спиридонов, С. Соколенко, Р. Фатхутдінов, Т. Циганкова, Ю. Яковець та ін.

Впровадження певних систем конкурентоспроможності дає різним галузям української економіки поштовх для розвитку та покращення послуг.

В ринковій системі конкурентоспроможність є однією з головних категорій, оскільки вона охоплює і наукову освітню базу, виробничі і маркетингові дослідження.

У процесі інтеграції економіка країни стає на новий рівень, але для належної конкурентоспроможності держава повинна підтримувати своїх товаровиробників та допомагати їм підвищувати власний рівень на ринку. Але в наш час держава фактично не переймається цим питанням і тим робить крок назад у економіці.

Основа конкурентоспроможності знаходиться у процесі виробництва, залежить від його прогресу і вдосконалення. Разом з тим у сучасних умовах конкуренція діє і на стадії розподілу, обміну, споживання і проявляється як конкуренція товарів і послуг, капіталів, робочої сили, кредитних ресурсів, валюти, інформації, прав інтелектуальної власності. У зв'язку з цим вона допомагає фірмам переходити на вищі рівні технологій і тим може дозволити конкурувати із іншими країнами.

Конкурентоспроможність можна розглядати як багаторівневу структуру, оскільки її ефективність залежить від усіх видів діяльності. Тому потрібно щоб усі сектори (держава, підприємства та ін.) працювали ефективно і злагоджено.

На даний час перевагою України є те що її товар продається по нижчим цінам, ніж в інших країнах. Проте такі фактори не допоможуть Україні вийти у лідери, а й навпаки, можуть їй нашкодити. Тому держава повинна зробити усе можливе для того, щоб наші підприємства виходили на новий рівень.

На даний момент Україна знаходиться фактично серед останніх країн за конкурентоспроможністю. Вона має досить великий ресурсний та людський потенціалу для того, щоб підвищитися у цьому рейтингу, але це неможливо без допомоги уряду і влади. Тому потрібно розробити стимулювальні заходи для того, щоб підприємства почали виробляти якісну і конкурентоспроможну продукцію.

Влада повинна налагоджувати торгівельні зв'язки для просування української продукції на ринок. Необхідно розробити заохочувальні заходи для покупців – аби їм було вигідно купляти вітчизняну продукцію.

Встановлення і відродження української економіки неможливе без співпраці з світовою економікою. Україна повинна показати світу, що не лише галузі сільськогосподарської сировини і важкої промисловості є авторитетними в країні, а й інші галузі також заслуговують уваги. Наприклад, у держави чудовий людський потенціал який може бути конкурентоспроможним – для чого потрібно розвивати інформаційну галузь (яка зараз є дуже популярна на ринку). Тобто, основним завданням держави повинно стати стимулювання створення інформаційного суспільства, в якому головною продукцією будуть інформація та знання.

Для цього необхідно передусім створити сприятливий інвестиційний клімат, оскільки українська економіка потребує значних капіталовкладень, вдосконалити законодавчу базу в сфері права власності, реформувати бюджетну та податкові системи і збільшити видатки на розвиток науки і інформатизацію суспільства.

К. э. н. Лысенко М. В., к. с. н. Хаматханова М. А.

Тюменский государственный нефтегазовый университет,

Российская Федерация

УПРАВЛЕНИЕ ВОСПРОИЗВОДСТВОМ КАПИТАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Конкуренция – одна из главных черт рыночного хозяйства. В современных условиях усиливающегося процесса глобализации и интернационализации возрастает актуальность проблем управления конкурентоспособностью на всех уровнях экономики, в том числе и международной.

Конкурентоспособность – многогранное понятие, которое может быть определено в различных аспектах в зависимости от решаемых задач и от объектов исследования.

Универсального определения конкурентоспособности нет и в принципе быть не может. Все зависит от того, применительно к какому объекту или субъекту оно рассматривается.

На микроуровне термин «конкурентоспособность» применим к соперничеству фирм, которые ведут хозяйственную деятельность в целях максимизации прибыли и обеспечения устойчивого положения на рынке. На данном уровне правомерно говорить также о конкурентоспособности конкретной продукции, т. е. ее способности соответствовать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогами, представленными на рынке.

На макроуровне конкурентоспособность проявляется в высоком уровне экономического роста и возможности генерировать постоянно растущие реальные доходы населения и жизненные стандарты. Страновая и отраслевая конкурентоспособность в конечном итоге зависят от способности конкретного товаропроизводителя выпускать конкурентоспособный товар.

Страновую конкурентоспособность можно определить как способность страны в условиях свободной добросовестной конкуренции производить товары и услуги, удовлетворяющие требованиям мирового рынка, реализация которых увеличивает благосостояние страны и отдельных ее граждан.

Каждый уровень конкурентоспособности имеет свои специфические особенности. По мере продвижения по уровням «снизу-вверх», вследствие укрупнения и усложнения объекта исследования происходит увеличение количества факторов конкурентоспособности. Так конкурентоспособность страны определяется конкурентоспособностью предприятий, отраслей, видов экономической деятельности, кластеров, муниципальных образований, регионов. Вместе с тем наблюдается и обратное воздействие: на конкурентоспособность предприятия оказывает влияние конкурентоспособность отрасли, региона, страны, в которых оно функционирует.

Международная конкурентоспособность любого хозяйственного субъекта складывается из целого ряда конкурентных преимуществ, которые выявляются на мировом рынке путем сопоставления с соответствующими показателями субъектов других стран. К важным конкурентным преимуществам следует отнести рентабельность производства, характер инвестиционно-инновационной деятельности, эффективность использования экономических ресурсов, адаптивность экономических субъектов к быстро меняющимся требованиям и условиям рынка и др.

Наиболее репрезентативный показатель конкурентоспособности впервые был разработан известной международной организацией – Мировым экономическим форумом в 1986 г. Для определения рейтинга конкурентоспособности в мировом табеле о рангах используются многофакторные модели, в которых учитывается 381 показатель. С помощью специально разработанной методики каждая страна ранжируется по количеству набранных баллов, которое и определяет ее место на иерархической лестнице конкурентоспособности. Россия впервые была включена в список наиболее

конкурентоспособных стран мира, ранжируемых по конкурентоспособности на мировом рынке в 1996 году, заняв в нем последнее – 48-е место [1, с. 296].

Создание конкурентоспособной продукции или повышение конкурентоспособности отдельной фирмы – задачи трудные, но вполне решаемые в условиях рыночной экономики. Значительно сложнее повысить конкурентоспособность отдельной отрасли или целой страны на мировом рынке. Это задача долгосрочного характера.

В настоящее время на уровень конкурентоспособности промышленности России негативное влияние оказывают последствия глубочайшего экономического и финансового кризиса, который в 90-х годах XX века охватил практически все сферы и отрасли экономики. Среднегодовые темпы прироста (а точнее сокращения) инвестиций в основной капитал составляли в 1991–1995 гг. – 22,1 %, в 1996–2000 гг. – 8,6 %. То есть, валовые инвестиции оказались существенно меньше износа (потребления) основного капитала. В результате промышленное производство в 1991–1995 гг. сокращалось в среднем на 13 % в год, а продукция сельского хозяйства – на 7,7 % в год [4, с. 35]. Максимальная глубина экономического спада, измеренная по индексу реального ВВП (база – 1989 г.), составила 45% в 1998 году [2, с. 68]. Подобного падения не наблюдалось даже в годы Первой и Второй мировой войн. Спад и структурные изменения промышленного производства сопровождались снижением конкурентоспособности выпускаемой продукции. Были утрачены такие конкурентные преимущества СССР и России как относительно недорогие энергоресурсы, высокий научно-технический потенциал, потенциально емкий внутренний рынок и дешевая рабочая сила, что привело к росту издержек производства и соответственно снижению конкурентоспособности.

Рассчитывать на прорыв на мировые рынки готовых изделий и наукоемкой продукции можно, лишь значительно сократив издержки производства, при этом повысив производительность труда и эффективность материального производства.

Процесс управления конкурентоспособностью предполагает, прежде всего, управление процессом воспроизводства капитала, инвестиционного процесса. Необходимость удовлетворения потребностей требует осуществления непрерывного производственного процесса, который функционирует в режиме постоянного воспроизводства необходимых ресурсов – предметов и средств труда, рабочей силы. При этом в условиях простого воспроизводства происходит процесс возобновления капитала в неизменном масштабе, с неизменным объемом ресурсов в их количественном и качественном выражении; в условиях расширенного воспроизводства объем ресурсов с качественным их совершенствованием постоянно растёт. В этом случае конкуренция, стремление хозяйствующих субъектов максимизировать прибыль, а также развитие НТП, ускоряющего темпы обновления средств производства, приводят к росту объемов необходимых капиталовложений и увеличению масштабов производства с целью получения прибыли.

Проблемы воспроизводства всего общественного капитала являются предметом исследования многих экономистов прошлого и настоящего.

Общественный капитал – это «совокупный капитал, по отношению к которому индивидуальные капиталы являются лишь дробными частями, причем движение этих частей, будучи их индивидуальным движением, в то же время представляет собой необходимое составное звено в движении всего капитала» [3, с. 394].

Для анализа воспроизводства и обращения всего общественного капитала берется годичный товарный продукт. Структура его стоимости, как и структура стоимости отдельного товара (СТ), может быть представлена суммой трех слагаемых:

$$СТ = C + V + M, \quad (1)$$

где C – это часть товарной стоимости, позволяющая возместить авансированный постоянный капитал, т.е. затраты на приобретение вещественного фактора производства (средств производства);

V – часть товарной стоимости, позволяющая возместить авансированный переменный капитал (затраты на покупку рабочей силы);

M – часть товарной стоимости, превышающая авансированный капитал, или прибавочная стоимость.

Для обеспечения простого воспроизводства C и V должны не просто возместить авансированный капитал, но и быть направлены после реализации продукта на возобновление потребленных средств производства и возобновление найма рабочей силы. Для обеспечения расширенного воспроизводства часть прибавочной стоимости должна использоваться не только на личное потребление, но и на приобретение дополнительных факторов производства (накопление капитала).

Анализируя возмещение производительного капитала, следует учитывать, что разные части средств производства различаются по способу обращения.

Часть постоянного капитала не фиксируется в сфере производства, не сохраняет своей самостоятельной формы, а ее стоимость целиком переносится на продукт за один производственный цикл. Эта часть, наряду с переменным капиталом, включается в оборотный капитал.

Основной капитал – часть постоянного капитала, фиксированная в сфере производства и сохраняющая свою производительную форму по отношению к продукту, переносит свою стоимость на продукт по частям. Процесс постепенного перенесения стоимости основного капитала по мере его износа на производимую продукцию называется амортизацией.

Амортизация должна обеспечивать условия «бессмертия» капитальных благ. Предприятия должны получать возможность полного возмещения и восстановления производительного капитала по мере его старения, с учетом как физического, так и морального износа. То есть весь ВВП нельзя потребить как доход общества, не ухудшая при этом запас производственных мощностей. Это неизбежно приведет к уменьшению совокупного предложения и ухудшению экономической ситуации в целом.

Амортизационная деятельность российских предприятий и организаций, проводимая согласно государственной амортизационной политике, за период рыночных реформ перестала соответствовать функциям амортизации.

Либерализация цен в 1992 году привела к обесценению средств в реальном секторе экономики в 26 раз [6, с. 158]. Государство не индексировало ни оборотные средства, ни амортизационные фонды предприятий. Оказавшись в условиях нового масштаба цен при прежних номинальных значениях своих активов, реальный сектор экономики не мог осуществлять даже простого воспроизводства, что не могло не отразиться на показателях конкурентоспособности.

Амортизационные отчисления – часть производственного капитала, переходящая в форму товарного (или часть стоимости основных средств, поступающая из производства в обращение). Для любого предприятия амортизационные отчисления представляют собой способ постепенного возвращения иммобилизованных средств в денежные оборотные средства. Невозможно точно определить, на какие цели предприятия направляют суммы амортизационных отчислений, попавшие в оборотные средства. Они начинают собственное движение, никак не связанное с основными средствами, на которые они начисляются. Испытывая недостаток оборотных средств, российские предприятия использовали амортизационные отчисления на их пополнение, включая выплату заработной платы работникам.

По оценке заместителя директора Института проблем рынка РАН В. А. Цветкова, степень износа основных фондов в промышленности России в 2006 году превысила 45,4 %, а средний возраст оборудования составлял более 23 года [7, с. 14]. Причем, он подчеркивает, что такие неутешительные выводы сделаны на основе данных официальной статистики, которая исходит из формальных норм и сроков амортизации. Каково же их действительное физическое состояние сказать невозможно, поскольку последняя инвентаризация в стране проводилась более 20 лет назад. В таких условиях вряд ли возможно обеспечение высокого уровня конкурентоспособности как продукции и фирм, так и страны в целом.

Инвестиции являются важнейшим фактором макроэкономической динамики. От их характера и состояния зависит будущее национальной экономики, в том числе и ее конкурентоспособность.

Негативной тенденцией является стабильно низкий удельный вес инвестиций в машиностроение, одна из задач которого – обеспечение экономики страны новыми машинами и оборудованием, то есть обеспечивать возможности замены изношенного основного капитала. В 2000–2006 гг. этот показатель оставался в среднем на уровне 2,5 %. В 2009 году в России вновь наблюдалось сокращение инвестиций в основной капитал: они составили 83,8 % от соответствующего показателя 2008 года [5, с. 671]. Инвестиции в производство машин и оборудования в 2009 г. составили лишь 0,7 % инвестиций в основной капитал [5, с. 675]. При этом за счет амортизации обеспечивалось лишь 18,2 % инвестиций в основной капитал, а более 62,9 % инвестиций осуществляются за счет привлеченных средств [5, с. 673].

Во всех развитых странах амортизация рассматривается как важнейший источник инвестиционных средств компаний. При этом практикуется увязка в единую систему налоговых отчислений от прибыли предприятий, нормативов и методов

амортизации, в том числе ускоренной, льгот по инвестиционному кредиту и затрат на НИОКР, ставок налогообложения физических лиц. Например, при повышении ставок налогообложения прибыли компаний поощряются методы ускоренной амортизации и вводятся льготы по инвестиционному кредиту.

На наш взгляд необходимо изучать опыт экономически развитых стран и применять его, конечно, с учетом особенностей сложившейся экономической ситуации. Необходимо предусмотреть и регулирование расходования амортизации, не допуская ее использование на текущие расходы, на выплату и повышение заработной платы, премирование.

Запуск такого механизма должен обеспечить мультипликативное воздействие на экономику, поскольку обеспечит увеличение спроса на инвестиционные товары, повышение доходов их производителей, техническое перевооружение экономики страны, повышение фондовооруженности и производительности труда. В то же время надо иметь в виду, что за счет амортизационных отчислений, какими бы значительными они не были, нельзя решить все проблемы инвестиционной сферы и расширенного воспроизводства, и, следовательно, обеспечения повышения конкурентоспособности страны.

Расширенное воспроизводство может быть обеспечено лишь за счет чистых инвестиций. Причем, необходимо учитывать, что инвестиции, участвующие в воспроизводственном процессе, делятся на экстенсивные и интенсивные, или инновационные, инвестиции. Экстенсивные могут обеспечить лишь производство товаров и услуг с прежними параметрами, в то время как требования к потребительским свойствам и качеству продукции неуклонно повышаются. В современной модели экономического роста должна включаться инновационная составляющая. Технологические изменения рассматриваются в качестве ключевых факторов, влияющих как на производительность капитала и труда, так и на потребительские свойства и качество выпускаемой продукции.

Инновации стремительно меняют лицо современно экономики, обеспечивают синергетический эффект, возникающий как результат сложения финансовых и материальных ресурсов участников воспроизводственного процесса, выбора более качественных механизмов организации и управления.

Обобщение мирового опыта развития инноваций под влиянием синергетического эффекта показывает, что государство посредством инвестиционной, кредитной, налоговой и других направлений экономической политики должно способствовать созданию благоприятного инвестиционного и инновационного климата, ускорению трансформации бизнеса в соответствии с современными требованиями обеспечения конкурентоспособности.

Список использованных источников:

1. Андрианов В. Д. Россия: экономический и инвестиционный потенциал / В. Д. Андрианов. – М.: Экономика, 1999. – 662 с.

2. Бродский Б. Е. Лекции по макроэкономике переходного периода / Б. Е. Бродский. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 224 с.
3. Маркс К. Капитал / К. Маркс. – Т. II. – М., 1984. – 812 с.
4. Российский статистический ежегодник. 2008: Стат. сб. Росстат. – М., 2008. – 846 с.
5. Российский статистический ежегодник. 2010: Стат. сб. Росстат. – М., 2010. – 812 с.
6. Теория переходной экономики Т.2 / под ред. Е. В. Красниковой. – Т. 2. – М.: ТЕИС, 1998. – 231 с.
7. Цветков В.А. Проблемы развития российской экономики // ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – 2008. – № 4. – С. 47–64.

Лысова Е. А.

*Вятская государственная сельскохозяйственная академия,
г. Киров, Российская Федерация*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ

Наличие конкуренции на рынке товаров и услуг, на котором действует предприятие, требует от него обеспечения конкурентоспособности, или в противном случае, грозит вытеснением его с данных рынков.

В определении термина «конкурентоспособность» отсутствует какое бы то ни было единство взглядов. Например, Ю. Кормнов [4] отмечает, что универсального определения конкурентоспособности нет и быть не может, а все зависит от того, применительно к какому объекту (предмету) или субъекту оно относится.

И. Фаминский [1] отмечает причины, осложняющие решение методологических и методических подходов к анализу проблемы конкурентоспособности:

- многовариантность, когда под конкурентоспособностью понимаются лишь некоторые технические характеристики продукции, фирмы или отрасли;
- относительность, когда конкурирующий на одних рынках товар будет совершенно неконкурентоспособен на других;
- различие подходов к анализу и оценке конкурентоспособности в зависимости от уровня: на уровне товара, предприятия, отрасли и национальной экономике в целом.

Конкурентоспособность представляет собой сложное многоуровневое понятие. Уровни иерархии конкурентоспособности: продукция (товары, услуги), предприятие, отрасль, регион, страна. Основным звеном экономики является предприятие, поэтому особую актуальность и значимость в практическом аспекте приобретает конкурентоспособность отдельного предприятия, деятельность которого реализуется в производстве определенного товара или оказываемой услуги.

Между категориями «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность товара, услуги» существует тесная имманентная связь, так как предприятие является опосредованным носителем свойства конкурентоспособности через свои товары или услуги. Конкурентоспособность предприятия является достаточным

условием создания конкурентоспособной продукции, в то время как конкурентоспособность продукции – необходимым условием формирования и обеспечения конкурентоспособности предприятия (рис. 1) [8].

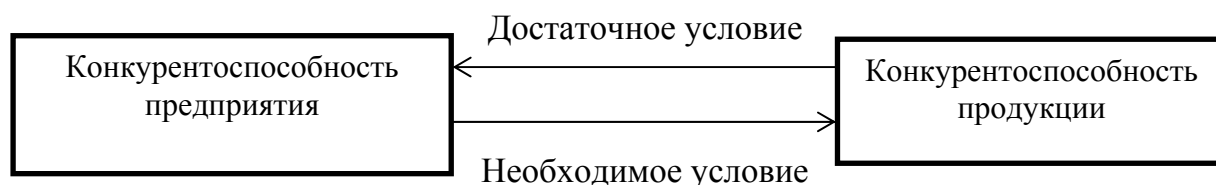


Рис. 1. Взаимосвязь категорий конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособности продукции

В связи со сложностью и многоаспектностью категории «конкурентоспособность предприятия» в настоящее время отсутствует общепринятое определение данного понятия. В научной литературе понятие «конкурентоспособность предприятия» рассматривается с трех точек зрения.

1. Определения конкурентоспособности организации, характеризующие внутреннюю и внешнюю деятельность фирмы, без упоминания товара. А. М. Яновский определяет конкурентоспособность предприятия как действие комплекса факторов внешней и внутренней среды его жизнедеятельности [9].

2. Определения, базирующиеся только на товарной составляющей конкурентоспособности. Р. А. Фатхутдинов отмечает, что конкурентоспособность организации – это ее способность производить конкурентоспособный товар или услугу [7].

3. Определения, сочетающие товар и производственную деятельность субъекта. И. Н. Герчикова: «Конкурентоспособность предприятия (фирмы) представляет собой относительную характеристику, отражающую отличия процесса развития данного производителя от производителя конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности» [3].

Точка зрения авторов, согласно которой конкурентоспособность товара является главной, определяющей компонентой конкурентоспособности предприятия не совсем верна. Успешный на сегодня товар – это результат достигнутых усилий, а деятельность по повышению конкурентоспособности, прежде всего, должна быть ориентирована на будущее. Более обоснованной трактовкой является та, согласно которой конкурентоспособность товара оказывает существенное влияние на конкурентоспособность предприятия.

Большая группа авторов считают, что конкурентоспособность предприятия проявляется в способности обеспечивать прибыль. Эффективность понимается как достижение конечных целей деятельности предприятия.

В последнее время наметилась тенденция в определении понятия «конкурентоспособность предприятия» как действие комплекса факторов. Наиболее полным является, на наш взгляд, определение конкурентоспособности организации, данное

Фасхиевым Х. А.: «Конкурентоспособность предприятия – это оцененное субъектами внешней среды его превосходство на выбранных сегментах рынка над конкурентами в данный момент, достигнутое без ущерба окружающим, определяемое конкурентоспособностью его конкретных товаров и уровнем конкурентного потенциала, характеризующего способность в настоящем и будущем разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать товары (услуги), превосходящие по критерию цена/качество аналоги» [6].

Конкурентоспособность определяется с использованием результатов сопоставлений, как предприятий, так и их продуктов, поэтому категория «конкурентоспособность предприятия» тесно связана с категорией «конкурентоспособность товара, услуги». Мазилкина Е. И, Паничкина Г. Г. определяют конкурентоспособность товара как относительную и обобщенную характеристика товара, выражающую его выгодные отличия от товара конкурента по степени удовлетворения потребности и затратам на ее удовлетворение [5].

Показатель конкурентоспособности для любого предприятия – это зеркало, в котором отражаются итоги работы практически всех его служб и подразделений (т. е. характеризуется состояние его внутренней среды), а также реакция относительно внешних факторов. Особенно важна способность предприятия оперативно и адекватно реагировать на изменения в поведении покупателей, их вкусов и потребностей. Конкурентоспособность предприятия осуществляется путем интегрирования двух составляющих: конкурентоспособности товара, услуги и конкурентного потенциала предприятия.

Между понятиями конкурентоспособности продукции (услуги) и конкурентоспособности предприятия существуют важные отличия:

1. Оценка конкурентоспособности продукции или услуги представляет лишь косвенную и одномоментную характеристику конкурентоспособности предприятия, продукция может быть конкурентоспособной в определенный промежуток времени, и она характеризует конкурентоспособность фирмы именно в этот промежуток времени.

2. Конкурентоспособность предприятия оценивается им самим, а конкурентоспособность услуги (продукции) – потребителями.

3. В отличие от оценки конкурентоспособности продукции или услуги как товара оценку деятельности предприятия дает не только и не столько потребитель, как в случае сравнения различных товаров, но и сам производитель. В зависимости от прибыльности он решает, выгодна ли ему продукция или услуга для реализации ее как товара при исходных условиях.

4. Конкурентоспособность продукции (услуги) исследуется и оценивается во временном интервале, соответствующем жизненному циклу услуги (продукции), а конкурентоспособность предприятия – во временном интервале, соответствующем периоду функционирования предприятия.

5. Конкурентоспособность продукции (услуги) рассматривается применительно к каждому ее виду, а конкурентоспособность предприятия охватывает весь перечень производимой продукции (услуг), эффективность сбыта и продвижения, производственной деятельности предприятия и уровень финансового положения предприятия [2].

Таким образом, анализ понятия конкурентоспособность предприятия выявил неоднозначность подходов, наличие различных трактовок в зависимости от поставленных вопросов, динамику развития содержания.

Кроме этого, содержание понятия позволяет определить направления деятельности по повышению конкурентоспособности предприятия:

1. Обеспечение конкурентоспособности выпускаемой продукции.
2. Повышение конкурентного потенциала предприятия.

Список использованных источников:

1. Александров Н. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: содержание понятий и история их становления / Н. Н. Александров, В. Д. Козлов, В. Д. Крючков. – Нижний Новгород: Изд-во Волго-Вятской академии государственной службы, 2004. – 176 с.
2. Бурланков С. П. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы обслуживания и оказания транспортных услуг как элемент инновационного развития / С. П. Бурланков, И. Е. Ильина, А. Е. Скворцов // Общество: политика, экономика, право. – 2011. – № 3. – С. 47–52.
3. Герчикова И. Н. Менеджмент: учебник / И. Н. Герчикова. – 4-е изд., перер. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 512 с.
4. Кормнов Ю. Внешнеэкономические связи России в условиях глобализации мировой экономики / Ю. Кормнов // Экономист. – 2000. – № 9. – С. 31–36.
5. Мазилкина Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. – М.: Омега-Л, 2008. – 325 с.
6. Фасхиев Х. А. Определение конкурентоспособности предприятия / Х. А. Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 4. – С. 75–83.
7. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. пособ. / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2004. – 544 с.
8. Царев В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий. Теория и методология / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В. Черныш. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2008. – 799 с.
9. Яновский А. М. Конкурентоспособность товара и производителя продукции в системе рыночной экономики / А. М. Яновский // Стандарты и качество. – 1997. – № 2. – С. 43–44.

Мстоян К. В.

Криворізький економічний інститут

ДВНЗ «Криворізький національний університет», Україна

ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ НАДІЙНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ ЯК ЦІЛІСНОЇ СИСТЕМИ

В межах дослідження надійності банку стало зрозумілим, що банківська установа – це система, що складається з ряду підсистем, найбільш значимими і великими з яких є соціологічна (соціальна), технічна (виробнича) та економічна (рис. 1).

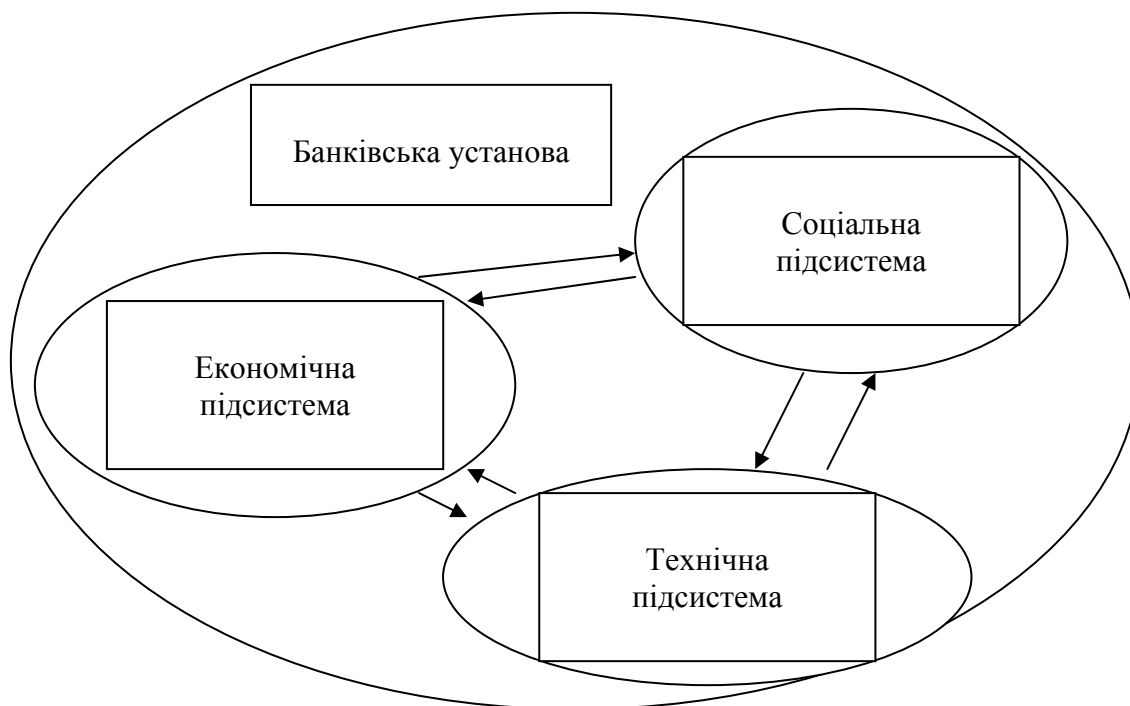


Рис 1. Основні підсистеми банківської установи

Виходячи з цього поділу, можна виділити відповідні підходи до вивчення надійності банківської установи. Соціологічний підхід, в якому предметом розгляду є міжособистісні відносини в групах в межах банку з цілеспрямованою діяльністю. Технічний підхід, в якому основним питанням є технічне забезпечення банку. Економічний підхід – ця точка зору не тільки найбільш поширена, але і є найбільш обширною і охоплює всі економічні аспекти діяльності банку. Центр ваги цього підходу доводиться на економічний аспект, в рамках якого розглядаються і інші пов'язані з ним аспекти (технічний, соціальний та ін.) Зміст і структура економічної підсистеми визначають сутність і зміст технічної та інших підсистем, оскільки всі вони, так чи інакше, знаходяться в безпосередній залежності від стану економічного стану банку.

Економічна складова банківської установи включає в себе розуміння самого банку як комерційної організації, ресурси банку (статутний капітал, обсяг активів та пасивів, динаміка зобов'язань, робоча сила, інвестиції), методи раціонального використання ресурсів та управління банком, спрямованого на досягнення певних цілей.

Для вивчення економічної складової банківської установи та оцінки її надійності важливо прагнути до розуміння взаємозв'язків щодо діяльності банку і в народному господарстві та суспільстві. Загальновідомо, що всі банківські установи, що діють на ринку, слідує принципам рентабельності (одержання прибутку) і соціальним принципам (врахування інтересів суспільства). Причому якщо принципи рентабельності є внутрішньою метою діяльності банку, яка обумовлює його існування, то соціальними принципами банк керується за зовнішньою необхідністю – регулюванням з боку держави та суспільства.

Економічна підсистема є складовою частиною банку та служить для оцінки формалізації факторів, що впливають на її діяльність і визначають ступінь довіри до

аналізованої банківської установи. Загальна оцінка надійності економічної підсистеми може складатися з оцінок за такими групами факторів ризику:

- 1) структура власності (склад акціонерів);
- 2) якість корпоративного управління, інформаційна відкритість;
- 3) ринкові позиції, тенденції розвитку;
- 4) кредитна історія та ділова репутація;
- 5) зовнішні рейтинги.

В межах оцінки структури власності проводиться дослідження складу акціонерів. Особлива увага має приділятися з'ясуванню таких моментів: прозорості структури власності, якісної її оцінки, можливих змін у структурі власності, оцінка наявності великого акціонера (стратегічного партнера) банку.

Якість корпоративного управління та менеджменту, інформаційна відкритість банку оцінюється за такими напрямками:

- оцінка інформації про систему управління ризиками в банку;
- оцінка ділової репутації кадрового складу (в частині менеджерів вищої ланки);
- оцінка стабільності кадрового складу (в частині менеджерів вищої ланки);
- оцінка інформаційної прозорості банку.

Оцінка наявності інформації про факти невиконання та / або несвоєчасного виконання банком своїх зобов'язань перед клієнтами (партнерами, контрагентами) має враховувати:

- наявність підтвердженої інформації про факти невиконання та / або несвоєчасного виконання банком своїх зобов'язань протягом останнього року;
- наявність підтвердженої інформації про факти невиконання та / або несвоєчасного виконання банком своїх зобов'язань за весь період діяльності банку, за винятком останнього року;
- наявність підтвердженої інформації про факт несвоєчасного виконання банком своїх зобов'язань протягом останнього року, при цьому невиконання зобов'язань носило разовий характер;
- відсутність інформації про факти невиконання та / або несвоєчасного виконання банком своїх зобов'язань;
- основні клієнти володіють прозорим і стабільним бізнесом;
- серед основних клієнтів присутні «офшорні» фірми, фірми-одноденки;
- оцінити прозорість і стабільність бізнесу основних клієнтів не представляється можливим;
- наявність інформації про факти застосування (можливість застосування) штрафних санкцій, проведення судових розглядів, арешту кореспондентських рахунків чи іншого майна щодо банку, її власників і / або виконавчого керівництва, наслідки яких можуть суттєво вплинути на стійкість фінансового стану банку.

При вивченні діяльності банку не можна відмовитися від урахування взаємовпливів і залежностей, зв'язків із зовнішнім середовищем, тим більше що в останні роки сталося перенесення центру ваги від вивчення внутрішньогосподарської діяльності

і резервів об'єкта до його взаєминам з навколишнім світом. В цьому аспекті банк розглядаємо як переплетення інтересів різних економічних суб'єктів. До категорії груп інтересів відносять окремих осіб або їх об'єднання, які можуть пред'являти матеріальні та нематеріальні претензії банку. Це, зокрема, акціонери, менеджери, конкуренти, клієнти, працівники, держава. Інтереси цих зовнішніх по відношенню до банку груп полягають в отриманні дивідендів, заробітної плати, оплати за ресурси, податків та ін. Дані групи зацікавлені у своєчасному і повному виконанні банком своїх зобов'язань по відношенню до них. Залежно від здатності банку здійснити їх вимоги, вони будуть вважати його «надійним» або «ненадійним» партнером. Виникає, на наш погляд, необхідність виділити в окреме провадження поняття, що визначає даний вид надійності банку. Економічна надійність банку – це здатність установи своєчасно і в повному обсязі задовольняти економічні претензії і вимоги груп інтересів.

Таким чином, економічна надійність відображає можливість виживання банку в сенсі недопущення його банкрутства і ліквідації та забезпечує процес простого відтворення. Для контрагентів банку вона є найбільш важливою і розраховується на основі фінансової звітності банку, визначених тестових та інших методів, тобто на основі відносно легко доступної інформації.

Павлик І. Л.

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ: ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ

Конкурентоспроможність проявляється виключно в умовах конкуренції, виступає одночасно рушійною силою і формою боротьби між суб'єктами господарювання. Конкурентоспроможність є багатовимірною властивістю, що визначається багатоаспектністю самого явища конкуренції. Це означає, що підприємство не може зосереджувати зусилля лише на одному з конкурентних чинників – вони мають враховуватися одночасно, з урахуванням взаємної залежності і часу.

У зв'язку із цим виникає проблема оцінки рівня конкурентоспроможності, пошуку шляхів її підвищення. Управління конкурентоспроможністю має забезпечити стійкість та подальший розвиток торгівельних підприємств.

Конкурентоспроможність є важливим чинником успіху торгівельного підприємства. Його керівництво (власник) має знати, чого бажають покупці, і надавати товари та послуги для задоволення їх потреб, відстежувати виникнення нових потреб споживачів, а також появу нових конкурентів та нових технологій.

Вирішення завдань з управління конкурентоспроможністю торгівельних підприємств вимагає виявлення проблемних сфер його діяльності, обґрунтування відповідних управлінських рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності цих підприємств.

Нині значна кількість дослідників приділяє увагу питанням дослідження конкурентоспроможності товару, окремих підприємств.

Ефективна реалізація конкурентоспроможних товарів та послуг – це показник стійкості підприємства, його уміння ефективно використовувати свій науково-технічний, трудовий, фінансовий потенціал.

Конкурентоспроможність визначається відносно конкретного ринку чи до конкретної групи споживачів.

При встановленні, забезпеченні і підтримці рівня конкурентоспроможності підприємств торгівлі вплив, взаємодія і прояв різноманітних суб'єктивних і об'єктивних чинників є виключно складним.

Конкурентні переваги відграють значну роль у формуванні конкурентоспроможності підприємств торгівлі. Конкурентна перевага підприємства – це його висока компетентність у будь – якій сфері діяльності.

Для визначення конкурентних переваг потрібно орієнтуватися на запити споживачів та бути впевненим у тому, що споживачі володіють інформацією про підприємство. Конкурентні переваги надають підприємствам можливості мати вищу рентабельність, ніж конкуренти та закріпити статус лідера.

Конкурентні переваги не є постійними. Для їх завоювання та збереження потрібно вдосконалювати усі сфери діяльності підприємства, доречним є постійний моніторинг дій конкурентів та вивчення змін попиту на споживчому ринку.

Створення і використання конкурентних переваг підприємства це тісно взаємно пов'язані між собою процеси. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємству необхідно володіти певним набором внутрішніх конкурентних переваг. Базою оцінки конкурентних переваг є здатність підприємства реалізувати поставлені завдання з урахуванням умов зовнішнього середовища.

Чинники конкурентних переваг поділяються на: зовнішні та внутрішні; тривалі та тимчасові; галузеві, міжгалузеві та регіональні; створені для забезпечення нових методів задоволення потреб споживачів; імовірні та стійкі; створені реагувати на зміни у конкурентному середовищі.

Кількісну оцінку чинників конкурентоспроможності підприємств торгівлі можна представити у наступному вигляді:

- конкурентоспроможність товару;
- фінансовий стан підприємства;
- ефективність маркетингової діяльності;
- рентабельність продаж;
- імідж підприємства;
- ефективність менеджменту.

Оцінка конкурентоспроможності сприяє пошуку шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства. Забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств торгівлі має стратегічний характер і можливе лише при наявності ефективного системи планування.

Рівень конкуренції підприємств торгівлі постійно підвищується – з'являються нові форми торгівлі і нові технології, змінюються потреби покупців.

На конкурентоспроможність мають вплив: кон'юнктура ринку, фінансова стійкість, рівень впровадження інновацій, кваліфікація та мотивація персоналу, технічна оснащеність, рівень конкуренції з боку інших учасників ринку.

Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективної господарської діяльності і її прибуткової реалізації в умовах конкретного сегменту ринку.

Підприємство має забезпечувати себе певними відмінностями, що надасть йому можливостей обійти своїх конкурентів та у майбутньому зберегти лідируючі позиції на ринку.

Одним з головних елементів забезпечення підприємств торгівлі товарними запасами є виявлення і дослідження джерел закупівлі, вибір постачальників і каналів товароруку. Підприємства торгівлі мають орієнтуватися у стані економіки регіону, потребах ринку у товарах.

Інтенсивність зростання конкурентоспроможності підприємств торгівлі забезпечується за рахунок залучення нових покупців, можливостей споживання товарів по новому, гнучкої цінової політики, розвитку збутової політики, розвитку сервісних послуг, залучення споживачів підприємств – конкурентів, розвиток ефективного маркетингу, підвищення рентабельних ринкових сегментів та освоєння нових.

Таким чином, метою підвищення конкурентоспроможності підприємства торгівлі є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Пельо А. Б.

Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, м. Київ

ВПЛИВ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Конкурентоспроможність – здатність певного суб'єкта перевершувати конкурентів у заданих умовах, метою чого є отримання найбільших прибутків. У відповідності до об'єкта конкурентної боротьби, виділяють наступні сфери: товари, підприємства, галузі, регіони.

В умовах сучасного розвитку виникає новий вид конкуренції – це конкуренція між реальним і фінансовим секторами за капітал. Перемогу у цій боротьбі здобуде сектор, який запропонує більшу норму прибутку. Таким чином, прибуток, а не соціальні потреби, виступають рушійною силою розвитку.

Фінансові ринки, основним завданням яких є перерозподіл тимчасово вільних грошових коштів між суб'єктами для забезпечення їх виробничої та фінансової діяльності, перетікають із реального сектора у фінансовий, створюючи багато можливостей для нарощування капіталу.

У сучасному світі швидко зростає частка фінансового сектора у світовому ВВП, в економіках розвинених країн починають домінувати доходи від операцій на фінансових ринках, займаючи значне місце в структурі сукупних доходів суспільства. Так, наприклад частка фінансового сектора у структурі ВВП США зросла з 4 % у 2005 р.

до 7,9 % у 2011 р. Крім того, частка фінансових послуг у складі світової торгівлі швидко збільшується, з'являються нові види фінансових інструментів. Таким чином, спостерігається відтік капіталу із сфери виробництва у фінансовий сектор у зв'язку з більшою прибутковістю останнього.

Отже, бачимо, що у конкурентній боротьбі за капітал між фінансовим і реальним сектором, кращу позицію займає перший, пропонуючи вищу прибутковість. Цьому сприяють новітні процеси, що спостерігаються у фінансовому секторі, а саме – віртуалізація фінансових ринків.

Віртуалізація фінансових ринків – процес, що характеризується проникненням інфокомунікаційних послуг на фінансові ринки, злиттям інформаційно-телекомунікативних систем з фінансовими ринками, з метою розвитку фінансів як самозростаючого механізму на базі інфокомунікаційної інфраструктури.

Створення інфокомунікативної інфраструктури фінансового ринку досягається завдяки використанню телекомунікаційних систем: по-перше, вони служать провідником необхідної інформації для фінансових інститутів, а, по-друге, є базовим інфраструктурним елементом системи ринку фінансових послуг, за допомогою якого фінансова послуга одержує своє матеріальне втілення.

Процес віртуалізації фінансового ринку надає сприятливі умови до створення фіктивного капіталу. Якщо гроші в процесі свого розвитку перетворилися на знак вартості, то фінансові інструменти – на інструмент поглиблення розриву між дійсним і фіктивним капіталом. Віртуальний капітал встановлює панування у фінансовій сфері і підпорядковує процеси виробництва, керуючи дійсним капіталом, незалежно від його стану і ефективності.

Завдяки віртуальним факторам, «фінансова економіка» відрізняється вищою формою організованості, яка перевершує конкурентну, корпоративно-монопольну і новітню інноваційну інформаційну форми організації. Фінансовий ринок справедливо трактується як сукупність інститутів, здатних концентрувати і транслювати інформацію, зменшувати інформаційну асиметрію, і внаслідок цього мінімізувати трансакційні витрати.

Таким чином, грошові фонди і рух грошових потоків забезпечують контроль над факторами виробництва, запасами і потоками продуктів. У результаті складається потужне поле економічної, інституційної та інших залежностей, яке все більше посилюється у міру віртуалізації фінансових відносин.

Пержан И. В.

*Кременчугский университет экономики, информационных технологий
и управления, Украина*

ПРОБЛЕМЫ КЛАССИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА

Современный маркетинг все дальше уходит от классических представлений, сформулированных в середине XX в. отцом маркетинга Котлером. То, что было хорошо и правильно в индустриальную эпоху теряет смысл сегодня, в постиндустриальный

XXI в. Этот процесс начался еще в 80-х гг. XX века, а сегодня и сам Котлер, в своих последних трудах, ставит под сомнение основы классического маркетинга [1].

В наши дни базовые предпосылки маркетинга развиваются по нескольким направлениям, приспособляющим их к новой реальности и современным особенностям экономики. Возникают дополнения к маркетингу, новые понятия, выходящие за границы аксиом классического маркетинга (например, широко используемое сегодня понятие бренда).

Однако, с каждой новой попыткой преодоления ограниченности классических постулатов маркетинга он ослабевает как стройная система знаний, так что каждая новая модернизация становится очередной заплатай на обветшавшем здании. Такое сооружение обречено однажды рухнуть.

Когда началась разработка интрамаркетинга, исследователи сознательно освободили свой ум от всех ограничений и действовали эмпирически, т. е., просто смотрели на реальность и искали лучший способ ее описать. Поэтому интрамаркетинг не является очередной заплатай, он в корне изменяет представления о задачах развития бизнеса в условиях свободного глобализированного общества. И все-таки, интрамаркетинг появился не на пустом месте. Он является естественной эволюцией классического маркетинга, пересмотревшей его самые глубокие основания – способ мышления над задачами развития. Интрамаркетинг меняет нашу логику. Для понимания интрамаркетинга может быть полезно познакомиться с теми современными версиями классического маркетинга, которые стараются приспособить его к нынешним условиям. Здесь рассмотрим некоторые из них и покажем, как они созвучны идеям интрамаркетинга. Маркетинг-микс 4Р – известная схема, которая должна помогать маркетологам разрабатывать комплекс маркетинга. Она указывает четыре области, которые должны быть охвачены программой маркетинга [1].

1. Product – все, что может быть предложено на рынок для внимания, приобретения, использования или потребления, что может удовлетворить какуюто потребность. Может быть физическим объектом, услугой, личностью, местом, организацией или идеей.

2. Price – количество денег или других ценностей, которые клиент меняет на преимущества обладания или использования продукта или услуги.

3. Promotion – действия, информирующие целевую категорию клиентов о продукции или услуге, о ее достоинствах и склоняющие к покупке.

4. Place – все действия предприятия, направленные на то, чтобы сделать продукт или услугу доступными для целевой категории клиентов.

В 1981 г. Бумс и Битнер, разрабатывая концепцию маркетинга в сфере услуг, предложили дополнить маркетинг-микс тремя дополнительными Р.

1. People – все люди, прямо или косвенно вовлеченные в процесс оказания услуги, например, сотрудники и другие клиенты.

2. Process – процедуры, механизмы и последовательности действий, которые обеспечивают оказание услуги.

3. Physical Evidence – обстановка, среда, в которой оказывается услуга. Действия, информирующие целевую категорию клиентов о продукции или услуге, о ее достоинствах и склоняющие к покупке.

Материальные предметы, которые помогают продвижению и оказанию услуги.

Расширенный маркетинг-микс 7Р постепенно вытесняет 4Р, потому что лучше соответствует особенностям сферы услуг, ставшей сегодня основной клиенткой маркетологов.

Можно заметить, что все три дополнительных части маркетинг-микса относятся к внутренним факторам работы предприятия, а не к его внешним характеристикам, как первые четыре части. Маркетинг-микс 7Р признает, что происходящее внутри предприятия имеет прямое отношение к маркетингу, так что кроме внешнего, требуется и внутренний маркетинг. Пристальное внимание к внутренним параметрам предприятия – кредо интрамаркетинга, но вместо простого перечисления вещей, на которые нужно обращать внимание, интрамаркетинг говорит, как конкретно с ними работать.

Еще одна набирающая популярность концепция маркетинга отношений предлагает еще один компонент маркетинг-микса:

Partner-ships – долгосрочные отношения между производителем или поставщиком услуг и потребителем. Суть маркетинга отношений в контроле взаимодействий индиви дуально с каждым клиентом. Это позволяет эффективно отслеживать изменение его предпочтений, поддерживать лояльность, применять индивидуализированные методы мотивации. Еще в 70-х гг. XX в. для предприятий массового производства и обслуживания маркетинг отношений был попросту невозможен, но с развитием информационных технологий и CRM-систем (Customer Relationship Management) он может применяться в любой сфере бизнеса.

CRM-система предназначена для сбора и анализа всей доступной информации о каждом клиенте: его персональные данные, историю взаимодействий клиента и бизнеса. В перспективе CRM-системы будут получать данные о клиенте и из внешних источников – государственных и индустриальных баз данных, находить информацию о клиенте в открытых информационных источниках и т. д. Все эти данные позволят создавать точную модель личности каждого клиента, а, следовательно, получать возможность контролировать его поведение. В настоящее время, кажется, еще не существует программного обеспечения, способного выполнять эффективный анализ личности на основе неполных данных, однако можно с уверенностью сказать – это лишь вопрос времени. В некоторых областях бизнеса, например в сфере банковских услуг, маркетинг отношений и применение CRM-систем стало обычным делом, в других, таких как розничная торговля, только набирает обороты.

Интрамаркетинг при работе с системой предприятие-рынок также анализирует ее на уровне отдельных личных коммуникаций между людьми, участвующими в системе. Однако интрамаркетинг не стремится просчитывать и влиять на поведение каждого клиента, вместо этого мы делаем фокус на когнитивных свойствах предприятия, его идентичности и нужным образом ее организуя, создаем благоприятные условия, контекст, для положительных индивидуальных коммуникаций между людьми: между

сотрудниками, между сотрудниками и клиентами, между клиентами. Таким образом, интрамаркетинг работает не только с контактами между сотрудниками и клиентами, но и с остальными коммуникациями в системе.

Одна из последних нашумевших модернизаций маркетинга – так называемый латеральный маркетинг. Он примечателен тем, что к нему приложил руку сам Котлер и нужно отдать ему должное, он сделал буквально самоотверженную попытку приблизиться к живой практике маркетинга, жертвуя системностью классических представлений.

Латеральный маркетинг не предлагает новых маркетинговых схем, он подчеркивает креативную природу эффективного маркетинга. Котлер говорит, что сегодня нужно отходить от стандартных схем, проявлять больше творчества и креативности. И тут с ним следует полностью согласиться. Но вот как он предлагает это делать – это вызывает лишь недоумение. Котлер предлагает стимулировать креативность с помощью принципов латерального мышления.

Латеральное мышление – очередная попытка создать схему творчества, рецепт создания гениальных идей. Это набор схем, правил креативного поиска идей. Например, метод сопоставления разнородного: нужно взять две несвязанных вещи и придумать между ними связь. В результате должны получить креативную идею. Если применить ее к одной из частей маркетинг-микса, получим латеральный маркетинг. Интрамаркетинг является системой мышления, также предназначенной для поиска эффективных идей и решений, однако мы не рассматриваем креативность как самоцель и не опираемся на схемы творчества, которые, по опыту, бесполезны. Вместо этого интрамаркетинг предлагает принципиально перейти на новую базу для восприятия и анализа предприятия, которая не заставляет «креативно искать идеи», а получать эффективные решения напрямую из результатов анализа ситуации.

Список использованных источников:

1. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.metaphor.ru/er/approach/marketing.xml>

К. е. н. Полянська А. С.

*Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу, Україна*

АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Аналітична діяльність на підприємстві завжди займала ведучу позицію у процесах забезпечення безперебійної, ефективної та конкурентоздатної життєдіяльності. Основу аналітичної діяльності складають методи аналізу, які дозволяють пізнати

сутність економічних явищ та процесів, що супроводжують та характеризують середовище функціонування підприємств та ґрунтуються на їх декомпозиції і вивченні в усьому різноманітті зв'язків і залежностей. Аналітична діяльність підприємства базується на сукупності методик та конкретних методів, які є традиційними та складають базис економічного та управлінського аналізу діяльності. Останнім часом поряд із «нормативними» методами аналітичної діяльності з'являються нові методичні підходи до оцінювання не тільки стану та тенденцій розвитку підприємств, але і середовища, в якому воно функціонує та розвивається. Глобальні світові процеси супроводжувались розробленням нових концепцій, прийомів, підходів розв'язання складних задач, які виникали у результаті ускладнення умов функціонування об'єкта з урахуванням невизначеності середовища та багатофакторних ризиків. Це зумовило необхідність розширення інструментарію аналітичної діяльності з метою дослідження умов функціонування господарюючих суб'єктів.

Метою даної публікації є узагальнення значення аналітичної діяльності у вирішенні завдання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та виділення основних методик, застосування яких значно розширює можливості його вирішення.

Сьогодні на більшості ринках функціонують технології, які виробляють подібні продукти. В таких умовах організаціям доводиться конкурувати за місце на ринку та прибутку за участі на ньому. Це зумовлює зростання вагомості таких концепцій управління як ефективність підприємства і ефективність діяльності, швидкого і оптимального прийняття рішення, управління доходами і витратами бізнес процесів підприємства. Ґрунтовну відповідь саме на питання, які лежать в основі сучасних концепцій управління підприємством дає аналітична діяльність. Аналітичну діяльність розглядають як широке використання даних, статистичного і кількісного аналізу, факторних і економічних моделей, експрес-аналізу для розроблення управлінських рішень та їх реалізації [1, с. 7]. Аналітика може бути основою у розробленні управлінських рішень, які приймає людина або керувати автоматизованими системи прийняття рішень. Закордонні фахівці розглядають аналітику як особливу діяльність – «розумний бізнес» (intelligence business).

Основу аналітичної діяльності складає релевантна інформація, що стосується підприємства та її аналіз. Залежно від підходів і методів досліджень діяльності підприємства і його середовища та ступеня охоплення вирішуваних проблем необхідно звернути увагу на такі види аналізу у процесі аналітичної діяльності:

– системний аналіз, який враховує всю сукупність властивостей і характеристик досліджуваних об'єктів для вирішення завдань поточного функціонування та майбутнього розвитку. Класифікацію процедур системного аналізу здійснюють на основі виділення цільового, системного, інформаційного, системно структурного, організаційно-процедурного, техніко-економічного аналізу, які складають концептуальний

функціональний простір дослідження умов функціонування системи, під якою ми розглядаємо підприємство [2, с. 93];

– ситуаційний аналіз, який розглядають як методику дослідження, яка призначена для вирішення конкретних управлінських завдань в умовах ситуації, що змінилась. Його проведення базується на основі системного аналітичного дослідження, що дає змогу всебічно оцінювати ситуацію і наслідки рішення, що приймаються, умінні генерувати й аналізувати альтернативні варіанти рішень в умовах невизначеності [3, с. 23].

– економічний аналіз як комплексний аналіз виробничо-фінансової діяльності, який готує інформацію для планування і прогнозування результатів діяльності, виступає засобом контролю за виконанням запланованих показників діяльності та аналізування чинників, що цьому перешкоджають.

Слід зазначити, що у вирішенні завдань підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств аналітикам доводиться поєднувати зазначенні види аналізу, формувати власну аналітичну базу досліджень, вишукувати способи оцінювання чинників, що пливають на формування конкурентного потенціалу підприємства та його реалізацію. І цю роботу необхідно проводити як на рівні окремого підприємства, так і на рівні зовнішнього середовища, яке головним чином формує непередбачувані і неконтрольовані підприємством небезпеки. А це, своєю чергою, звертає увагу на актуальність застосування ситуаційного аналізу, який зосереджують на двох різних моментах, які вимагають особливої уваги: зовнішніх обставинах, в яких працює підприємств, або макросередовищі (*macro-environment*); внутрішніх обставинах, або мікросередовищі (*micro-environment*), пов'язаного з основними видами компетенцій, сильними і слабкими сторонами, можливостями ресурсів [4, с. 273].

Таким чином, аналітична діяльність на сьогодні є визначальною передумовою успіху підприємства, оскільки поряд із визначенням його вагомості у зовнішньому середовищі та спроможності досягати високих конкурентних позицій у ньому, дозволяє дослідити внутрішній конкурентний потенціал на базі аналізування потенціалу перетворення сильних сторін та можливостей у конкурентні сили.

Список використаних джерел:

1. Thomas H. Davenport, Jeanne G. Harris. Competing on analytics: the new science of winning / Harvard business school publishing corporation, 2007
2. Згуровський М. З. Основи системного аналізу / М. З. Згуровський, Н. Д. Панкратова. – К.: Видавнича група BHV, 2007. – 544 с.
3. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. / Г. В. Сави Теоретичні та практичні питання. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2007. – 668 с.
4. Сазерленд Дж. Стратегический менеджмент. Ключевые понятия / Дж Сазерленд, Д. Кэнуэлл; пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 440 с.

Простак С. В.

Єнакієвський технікум економіки і менеджменту

Донецького національного університету, Україна

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Сучасні економічні умови в Україні задають жорсткі критерії для господарюючих суб'єктів. Ці умови визначаються глибокою кризою в економіці, відсутністю підтримки підприємств з боку держави, сильним податковим тиском, нерозвиненістю ринкової інфраструктури. Всі ці обставини не сприяють активізації діяльності підприємств, багато з яких припиняють свою діяльність, багато працюють при неповній завантаженості виробничих потужностей. Головна проблема багатьох українських підприємств – це проблема збуту. Внутрішній ринок обмежений внаслідок низької платоспроможності населення та відкритості для іноземних фірм; зовнішній – в значній мірі закритий для недостатньо конкурентних вітчизняних товарів. Продати продукцію часто стає складніше, ніж її вивезти, тому дослідження підвищення конкурентоспроможності в сучасних умовах в даний час є особливо актуальним.

Конкурентоспроможність товару – це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за своїми якісними, технічними, економічними характеристиками, але і за комерційними і іншими умовами його реалізації (ціна, терміни постачання, канали збуту, сервіс, реклама). Більш того, важливою складовою частиною підвищення конкурентоспроможності в сучасних умовах є рівень витрат споживача за час його експлуатації. Інакше кажучи, це комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, визначаючий його успіх на ринку та перевагу саме цього товару над іншими в умовах широкої пропозиції конкуруючих товарів-аналогів. Будь-який товар, що знаходиться на ринку, практично проходить там перевірку на ступінь задоволення суспільних потреб: кожен покупець купує той товар, який максимально задовольняє його особисті потреби. Оскільки у кожного покупця є свій індивідуальний критерій оцінки задоволення власних потреб, тому конкурентоспроможність здобуває ще й індивідуальний відтінок. Таким чином, конкурентоспроможністю можна назвати також ступінь привабливості даного продукту для здійснюючого реальну купівлю споживача.

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в сучасних умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління самої конкурентоспроможності. Завоювання й утримання конкурентних переваг – ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Особливої гостроти ця проблема досягає в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де від виробників продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу. Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвинутого, цивілізованого

ринку, що включає сферу виробництва й товарообміну. Завдяки активному інтересу до проблем підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що виник внаслідок розвитку ринкових відносин, з'явилася велика кількість розробок, спрямованих на вирішення цієї проблеми. Так, у більшості використовується універсальний підхід при розгляді ролі конкурентних переваг підприємства в процесах збільшення присутності на ринку, з урахуванням посилення інтенсивності галузевої конкуренції. Особливості конкуренції на різних ринках диктують специфічний підхід до вивчення конкуренції в галузі. Реалізація цього підходу можлива шляхом розроблення маркетингової стратегії з урахуванням результатів конкурентного аналізу, а також результатів оцінки сильних і слабких сторін підприємства, послідовного моніторингу діяльності ключових конкурентних гравців у рамках конкретної галузі. Але, незважаючи на значні досягнення в теорії підвищення конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах, є ряд проблем. Зазвичай використовується універсальний підхід при розгляді ролі конкурентних переваг підприємства в процесах збільшення присутності на ринку, з урахуванням посилення інтенсивності галузевої конкуренції. При цьому недостатньо систематизовані поняття й методологія для вивчення рівня конкурентоспроможності підприємства як найважливішого інструмента посилення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, слабо досліджені питання розробки й практичного використання кількісного підходу для оцінки результатів управління конкурентними перевагами. Особливості підвищення конкурентоспроможності на різних ринках пропонують специфічний підхід до вивчення конкуренції в галузі. Реалізація цього підходу можлива шляхом розроблення маркетингової стратегії з урахуванням результатів конкурентного аналізу, а також результатів оцінки сильних і слабких сторін підприємства, послідовного моніторингу діяльності ключових конкурентних гравців у рамках конкретної галузі.

В сучасних умовах ринкової економіки підвищення конкурентоспроможності стає об'єктивною необхідністю, тому що в конкурентній боротьбі при всій її масштабності, динамізмі і гостроті виграє той, хто аналізує і бореться за свої конкурентні позиції. Важливою проблемою стає кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства і управління нею. Оцінка конкурентоспроможності підприємства базується на аналізі його сильних і слабких сторін, а головне, – потенційних можливостей. Це складна і трудомістка задача, яка дозволяє забезпечити баланс ринкових запитів з реальними можливостями самого підприємства, розробити основні програми його виробничого розвитку і поведінки на ринку, а також підвести реальну і компетентну основу під рішення, що приймаються. Аналіз зовнішніх умов є базою для прийняття рішень про підвищення конкурентоспроможності, яка сприяє росту ефективності і рентабельності його виробничої збутової діяльності, створенню основи для становлення маркетингового підходу у вирішенні ключових задач управління. Для підвищення конкурентоспроможності будь-яких об'єктів в сучасних умовах необхідно відібрати найважливіші показники і фактори:

- макросередовища;
- інфраструктури регіону;
- мікросередовища організації;
- здійснювати регулярний облік;
- збирати й аналізувати параметри.

Головне завдання аналізу – виявити пропорційність стану компонентів зовнішнього середовища системи забезпечення конкурентоспроможності керованого об'єкта, розробити і впровадити заходи щодо підвищення якості компонентів і забезпеченню їхньої пропорційності.

Комплексний підхід до підвищення конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах реалізується в новій стратегії управління якістю продукції, яка дає можливість знайти пріоритетні способи досягнення конкурентних переваг на ринках збуту. Розробка цієї стратегії повинна проходити такі етапи:

- експортна орієнтація в товарній політиці підприємства;
- розробка й впровадження комплексної системи управління якістю;
- атестація всього виробництва на відповідність вимогам міжнародним стандартам якості;
- створення й освоєння принципово нової наукомісткої конкурентоспроможної техніки й устаткування;
- забезпечення тривалості життєвого циклу раніше освоєних видів техніки й устаткування;
- технічне переозброєння й модернізація виробництва, впровадження нових прогресивних технологічних процесів;
- активізація інвестиційної інноваційної діяльності підприємства.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах може бути визначена тільки в результаті порівняння, і тому є відносним показником. Вона являє собою характеристику товару, що відображає його відмінність від товару-конкурента за ступенем задоволення конкурентної суспільної потреби.

Прудникова Е. В.

УО «Полоцкий государственный университет», Республика Беларусь

ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР УВЕЛИЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В АПК

Крупнейшим сектором народного хозяйства Республики Беларусь является агропромышленный комплекс, роль которого состоит в обеспечении продовольственной безопасности страны по основным видам продукции и наращивании экспортного потенциала.

Однако с каждым годом уровень рентабельности его отраслей (особенно сельского хозяйства) снижается, обостряется проблема неплатежей, растет кредиторская задолженность.

Кроме этого, характерной особенностью начала XXI века является развитие процесса глобализации, т.е. интеграции национальных экономик. В настоящее время Республика Беларусь является членом Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС с дальнейшей перспективой создания Единого экономического пространства, кроме того ведутся переговоры о вступлении Республики Беларусь во Всемирную торговую организацию (ВТО). Все эти факторы предполагают инкорпорацию агропромышленного комплекса в мировую экономическую среду, где налажено высокопродуктивное сельскохозяйственное производство, сложились устойчивые продовольственные рынки.

Очевидно, что для Беларуси повышение конкурентоспособности продукции АПК на сегодняшний день весьма актуально. Развитие собственного производства конкурентоспособных товаров способно решить задачу увеличения экспортного потенциала и обеспечить импортозамещение по отдельным их видам (сахар, растительное масло и др.) на внутреннем рынке.

Конкурентоспособность продукции — это ее способность быть выделенной покупателем из других групп аналогичных товаров, предлагаемых фирмами-конкурентами, и в условиях широкого предложения к обмену прибыльно обмененной на деньги благодаря комплексу более высоких потребительских свойств и более низкой стоимости. Основными составляющими конкурентоспособности является качество и цена.

С целью увеличения конкурентоспособности продукции агропромышленного комплекса необходимо эффективное использование имеющегося потенциала (земля, климатические условия, трудовые ресурсы и т. д.) на базе разработанных и внедрённых инноваций.

По нашему мнению, понятие «инновация» для аграрного сектора имеет свою специфику. А именно, **инновация** - это первое использование любой идеи, продукта, услуги или процесса (новые сорта растений, новые породы животных, новая техника, новые технологии, новые формы организации труда и управления и т. д., которые изменяют свойства, но не ведут к появлению нового вида продукта) на предприятии, созданное им самостоятельно и (или) заимствованное у других предприятий, требующее оптимизации форм и методов передачи знаний о новшестве данному товаропроизводителю в соответствии с его уровнем подготовленности и мировоззрения, а также адаптации к агроклиматическим и технологическим особенностям деятельности.

Следует отметить, что внедрение инноваций в аграрном секторе имеет ряд особенностей:

1) инновации связаны преимущественно с новыми породами животных, с новыми сортами растений, новыми технологиями, новой техникой, которые, как правило, изменяют свойства получаемого продукта, но не ведут к появлению его нового вида;

2) зачастую требуется адаптация новшества к конкретным агроклиматическим и технологическим особенностям деятельности каждого отдельного региона или аграрного предприятия, а также нередко требуется адаптация форм и методов передачи новых знаний сельскохозяйственным товаропроизводителям в соответствии с их уровнем подготовленности и мировоззрения;

3) инновации означают первое использование новшества в организации независимо от того, применялось ли оно где-либо ранее и является ли оно новшеством для других организаций, то есть минимальным признаком инновации является требование того, чтобы продукт, процесс, метод маркетинга или организации был новым (или значительно улучшенным) для практики конкретного предприятия. Это включает в категорию инноваций продукты, процессы и методы, которые предприятия создали первыми, и (или) заимствованные от других предприятий;

4) сельское хозяйство относится к отраслям, которые по своей природе имеют низкую инновационную активность. В этой отрасли продуктовые инновации не являются ключевым фактором успеха для бизнеса, а технологии и оборудование закупаются у лидирующих производителей (чаще всего иностранных). Избыточный перекос в сторону закупки готового оборудования и технологий за рубежом в ущерб внедрению собственных новых разработок, абсолютное доминирование наименее передовых типов инновационного поведения характеризуют белорусскую инновационную систему в аграрном секторе как ориентированную на имитационный характер. Таким образом, с точки зрения инновационного режима, характеризующего среду, в которой функционирует аграрный сектор экономики, и дающего представление о специфике его инновационной активности, присутствует режим инерционного импортоориентированного технологического развития.

Если же рассматривать сельское хозяйство как отрасль, входящую в агропромышленный комплекс, то по предмету и сфере применения в АПК можно выделить следующие виды инноваций: селекционно-генетические; технико-технологические и производственные; организационно-управленческие и экономические; социально-экологические инновации.

Необходимо отметить, что инновации есть итог инновационного процесса. Применительно к АПК инновационный процесс представляет собой постоянный и непрерывный поток превращения конкретных технических или технологических идей на основе научных разработок в новые технологии (или отдельные составные части), доведения их до использования непосредственно в производстве. В этом процессе участвуют сельскохозяйственные научные и учебные организации, органы управления производством, обслуживающие и внедренческие формирования, сами товаропроизводители.

Инновационный процесс применительно к агропромышленному производству имеет свои особенности. К ним относятся:

- множественность видов сельскохозяйственной продукции, существенная разница в технологии их возделывания;
- дифференциация регионов страны по условиям производства;
- сильная зависимость используемых в сельском хозяйстве технологий от природных и погодных условий;
- большая разница в продолжительности периода производства сельскохозяйственной продукции;
- высокая степень территориальной разобщённости сельскохозяйственного производства;

- обособленность сельскохозяйственных товаропроизводителей от организации, производящих научно-техническую продукцию;
- отсутствие чёткого и научно обоснованного организационно-экономического механизма передачи достижений науки сельскохозяйственным товаропроизводителям;
- существенное отставание отрасли по освоению инноваций в производстве.

Иными словами, инновационный процесс предполагает системную интеграцию научно-технической сферы в экономическое и социальное поле структур АПК. Это означает формирование институтов, обеспечивающих мощные стимулы для генерирования устойчивого потока эффективных нововведений, способных создавать новые рынки наукоёмкой продукции и услуг и укреплять конкурентные позиции на традиционных.

Организационно-экономическая сущность инновационных процессов связана с целями и задачами их развития, которые заключаются в постоянном организационно-экономическом, техническом и технологическом обновлении агропромышленного производства, направленном на его совершенствование с учётом достижений техники, науки и мирового опыта. Конечная цель этих процессов – формирование аграрной экономики инновационного типа, при которой освоение достижений науки и передового опыта будет идти в опережающем режиме. Организационно-экономический механизм инновационного процесса в агросекторе представляет собой совокупность форм (звеньев) и методов инновационной деятельности, взаимосвязанных и согласованно функционирующих в направлении обеспечения научно-технического прогресса в отрасли.

Таким образом, основным фактором увеличения конкурентоспособности продукции агропромышленного комплекса является эффективное использование имеющегося потенциала (земля, климатические условия, трудовые ресурсы и т. д.) на базе разработанных и внедрённых инноваций.

К. е. н. Радіонова О. М.

Харківська національна академія міського господарства, Україна

РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ

Формування ринкової економіки супроводжується радикальними змінами в господарській діяльності країни. Динамічна модифікація технологій і посилення конкуренції змушують і господарюючі суб'єкти і державу в цілому по-новому дивитися на питання, пов'язані з їх розвитком. Сьогодні конкурентоспроможність держави нездійсненна без становлення ринку інноваційних технологій. І саме розвиток малого бізнесу в сучасних умовах повинен стати одним із головних пріоритетів держави. Адже такий бізнес забезпечує гнучкість і стійкість економічної системи, виконує важливу соціально-економічну роль, запроваджуючи технологічні інновації, надаючи робочі місця та забезпечуючи джерела доходу для значної частини населення.

У зв'язку з політикою, спрямованою на запровадження інноваційної моделі структурної перебудови та зростання економіки, особливої державної підтримки потребують малі підприємства, які займаються науковою та інноваційною діяльністю – венчурні фірми. Таке підприємництво орієнтується на практичне використання технічних і технологічних новинок, результатів наукових досліджень, які ще не апробовано практикою, що робить їх діяльність вельми ризикованою.

Важливість розвитку малого підприємництва в науково-інноваційній сфері визначається його здатністю створювати сучасні робочі місця та забезпечувати відповідною зайнятістю досвідчених науковців і спеціалістів, розвивати інтелектуальний потенціал країни, що в майбутньому, безумовно, позначиться на соціально-економічному розвитку. Венчурні фірми є генераторами нових ідей, на основі яких відбуваються великі науково-технічні прориви, що сприяють модернізації та структурній перебудові економіки. Розвинений венчурний технологічний бізнес є тим базовим сектором постіндустріальної економіки, який визначає здатність країни увійти та утримати конкурентоспроможність в передових технологіях на світовому ринку.

Втім, мале підприємництво у сфері науково-технічних розробок та інновацій розвинене недостатньо. Однією з причин цього є те, що джерелом фінансування інноваційної діяльності залишаються власні ресурси підприємств, що часто просто унеможлиблює інноваційно-інвестиційну діяльність (рис. 1, розроблений за даними Держкомстату України).

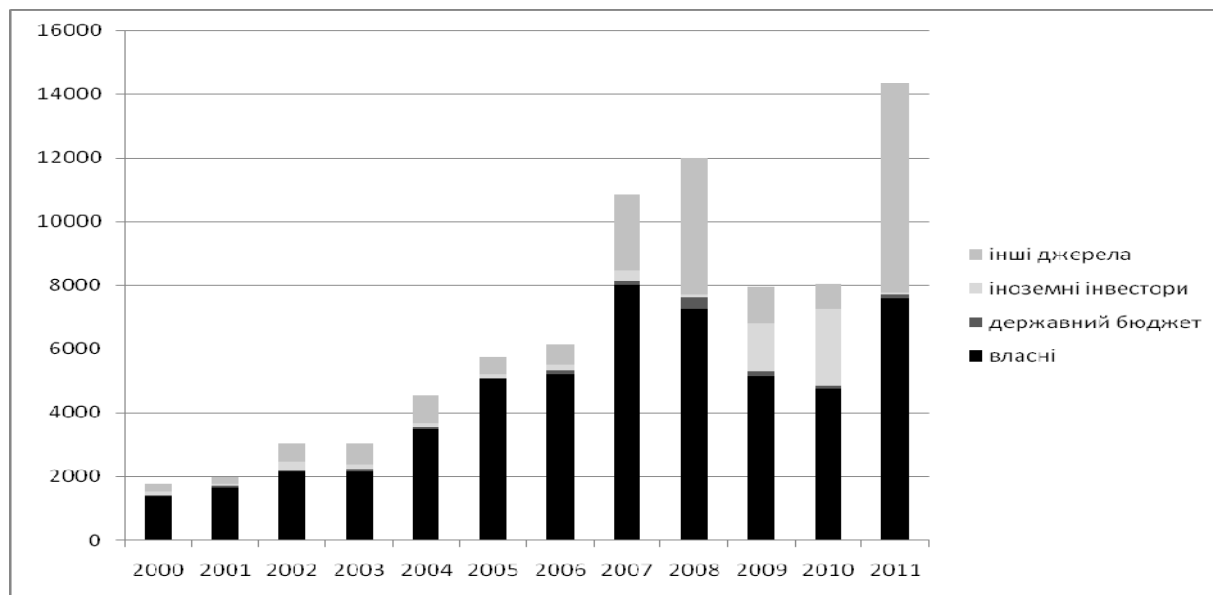


Рис. 1. Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні

Ми пропонуємо надання державної фінансової допомоги для розвитку малого підприємництва в науково-інноваційній сфері здійснювати шляхом:

- уведення податкових канікул чи зниження податкових ставок на певний термін;
- покриття частки відсоткової ставки банківського кредиту або надання допомоги в її пониженні, оскільки доступність кредитів є одним з основних чинників, які дають поштовх розвитку малого бізнесу;

- сприяння створенню міських інноваційних фондів на базі залучення міських (бюджетних) та приватних коштів. Стимулювати втягнення останніх можливо через наданням пільг в оподаткуванні та кредитуванні. Тобто такі пільги повинні отримувати не лише інноваційні малі підприємства, а й підприємства (великі компанії, банки, інші фінансові установи), які надають їм підтримку. Таким чином, вони використовують підприємницький талант дрібних бізнесменів, їхню енергію і творчу ініціативу, частково перекладають на них ризик нововведень;

- залучення грантів як внутрішніх, так і зовнішніх на розвиток високотехнологічного малого бізнесу;

- поширення держзамовлення на наукові розробки та введення сучасних технологій.

Основними сферами залучення фінансової допомоги, на нашу думку, повинні бути: електроніка, робототехніка, гена інженерія, нанотехнології та ін., тобто підприємства п'ятого та шостого технологічних укладів.

Організаційно-правова допомога малому підприємництву в науково-інноваційній сфері має стосуватися: проведення наукових досліджень і впровадження прогресивних технологій; пошуку замовників та виконавців інноваційних проектів; надання консультативних послуг у сфері інноваційних технологій тощо.

Варто зазначити також, що особливістю венчурного бізнесу є дуже високий інтелектуальний і професійний рівень підприємців. Їх знання і досвід лежать на перетині фундаментальної та прикладної наук, інноваційного менеджменту, знань високотехнологічних виробництв. Тому підготовка таких фахівців – це нагальне завдання, від реалізації якого залежить майбутній стан розвитку сьогоденного підприємництва, сфери зайнятості і держави в цілому. Не менш важливо також забезпечити передавання технологій і результатів наукових розробок від наукової лабораторії до виробництва. Ідеться про розвиток інноваційного менеджменту, налагодження системи реалізації створеної розробниками інтелектуальної продукції. Оскільки вчені нерідко не хочуть або не можуть мати справи з ринком кінцевої продукції, цю роль теж може ефективно виконувати мале підприємництво.

К. э. н. Савицкая И. М.

Майкопский государственный технологический университет,

Российская Федерация

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СУБЪЕКТА
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
СУЩНОСТЬ, МЕТОДЫ, ФАКТОРЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ**

На современном этапе развития рыночных отношений ни одна организация не может обойтись без оценки как своего конкурентного положения на рынке, так и конкурентоспособности своей продукции, товаров, работ или услуг. Несмотря на

разнообразные методы и формы конкурентной борьбы, каждая фирма пытается выработать свою конкурентную стратегию, свои конкурентные преимущества для достижения рыночного успеха. Конкуренция выступает как высшая побудительная сила, которая заставляет предприятия повышать качество выпускаемой продукции, товаров, работ или услуг, снижать затраты на производство, повышать производительность труда. Средством конкуренции являются товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги от потребителя. В наиболее полном смысле конкурентоспособность включает в себя три основные составляющие. Одна из них жестко связана с изделием как таковым и в значительной мере сводится к качеству, другая связана как с экономикой создания сбыта и сервиса товара, так и с экономическими возможностями и ограничениями потребителя. Наконец, третья отражает все то, что может быть, приятно или неприятно потребителю как покупателю, как человеку, как члену той или иной социальной группы и т. д.

Следует отметить, что исследования в области конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности пока еще проводятся, в основном, с позиции влияния на нее производственных, материально-вещественных факторов. Современная экономическая мысль исходит из того, что решающую роль в обеспечении конкурентоспособности организации играет интеллектуальный капитал и связанные с ним нематериальные активы [15]. Однако данное положение требует серьезной адаптации к условиям российской действительности, характеризующейся нестабильностью рыночных отношений, ограниченностью обращения информации и слабой правовой защищенностью экономических субъектов.

В последнее время в России ясно проявляется тенденция к обострению конкуренции между предприятиями, которые подвергаются нарастающему совокупному воздействию конкурентных факторов. Тем не менее, на многих предприятиях не проводится целенаправленная работа по анализу конкурентов, отсутствует систематизированные представления о том, что является конкурентоспособностью предприятия, как ее создавать, поддерживать, оценивать, грамотно реализовать и управлять ею.

Прежде чем перейти к исследованию основных положений теории конкурентоспособности, логично дать определение субъекта предпринимательской деятельности. Обобщая изложенные в современной литературе подходы к определению предпринимательства, считаем, что предпринимательство представляет собой свободное экономическое хозяйствование в различных сферах деятельности (кроме запрещенных законодательством), осуществляемое субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах, услугах) и получения прибыли (дохода), необходимых для саморазвития собственного дела и обеспечения финансовых обязательств перед бюджетами и другими хозяйствующими субъектами.

Основным субъектом предпринимательской деятельности, и, следовательно, носителем предпринимательской активности выступает предприниматель. При этом в соответствии с действующим законодательством РФ под предпринимателем понимают:

– индивидуального предпринимателя – физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность и зарегистрированное в качестве такового в установленном порядке;

– организацию (юридическое лицо).

Реализация предпринимательской активности предполагает функционирование в условиях конкурентной среды и требует от субъекта предпринимательства поддержания заданного рынком уровня конкурентоспособности.

Конкурентоспособность является многомерным свойством, что определяется многоаспектностью самого явления конкуренции. Это означает, что менеджмент предприятия не может сосредоточивать усилия только на одном из конкурентных факторов – они должны учитываться одновременно, с учетом взаимной зависимости и времени. Многоаспектность конкуренции также проявляется в том, что предприятия могут предвидеть поведение конкурентов, а также реагировать на одну и ту же ситуацию на рынке различным образом. Вследствие этого затрудняется прогнозирование ситуаций и долгосрочное планирование. Многие ошибки в конкурентной борьбе обусловлены сложностью самого явления конкуренции, далеко не всегда осознаваемого менеджментом российских предприятий. Решение этой проблемы необходимо начать со структуризации соответствующих понятий и выявления их взаимосвязи.

Для того чтобы дать наиболее полную характеристику понятия конкурентоспособности, изучим подходы различных ученых к определению этого понятия, и выясним, какое из этих определений будет основополагающим при проведении данного исследования.

Характеристика конкурентоспособности дана авторами И. Бернартом и Ж.-К. Колли через понятие конкуренции. Конкуренция рассматривается как состояние взаимоотношений, когда происходит свободное, полное и достоверное сопоставление всех хозяйствующих субъектов в плане, как предложения, так и спроса на товары и услуги [4]. Соответственно конкурентоспособность предприятия является результатом этих взаимоотношений. При проведении статистического анализа конкуренции принципиально важной является сформулированная здесь идея сопоставления. По мнению автора, недостатком данного определения является то, что в нем отсутствует аспект достижения конкурентоспособности фирмы.

Конкурентоспособность формируется на различных уровнях: товара или услуги, компании, отрасли, региона, страны. Данные понятия далеко не тождественны, однако тесно взаимосвязаны, зачастую невозможно отделить проблемы, относящиеся к конкурентоспособности страны в целом, от проблем, выражающих конкурентоспособность товара или фирмы.

В. Андрианов подчеркивает, что синтетическим показателем, объединяющим конкурентоспособность товара, товаропроизводителя, отраслевую конкурентоспособность и характеризующим положение страны на мировом рынке, является показатель страновой конкурентоспособности. В самом общем виде ее можно определить, как способность страны в условиях свободной конкуренции производить товары и услуги,

удовлетворяющие требованиям мирового рынка, реализация которых увеличивает благосостояние страны и отдельных ее граждан [9]. В современном экономическом словаре дано следующее определение: конкурентоспособность страны – это способность экономики страны, государства участвовать в международной торговле, удерживать и расширять определенные сегменты на мировых рынках, производить продукцию, соответствующую мировым образцам. Определяется технико-экономическим уровнем производства в стране, величиной издержек производства, качеством производимых товаров, развитостью инфраструктуры, наличием абсолютных и относительных преимуществ [2].

Анализу конкурентоспособности страны, отрасли и особенно предприятия, в отечественной и зарубежной экономической литературе уделено большое внимание. Отдельные авторы утверждают, что универсального определения конкурентоспособности нет и быть не может, а все зависит от того, применительно к какому объекту (предмету) или субъекту оно относится [11]. К сожалению, авторы ограничиваются указанным утверждением, хотя очевидно, что оно не может претендовать на абсолютный характер, а требует хотя бы минимальной типологизации экономических объектов. В то же время другие специалисты, в числе которых М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова, подчеркивают, что конкурентоспособность представляет собой сложное многоуровневое понятие, анализ и оценку которого необходимо теснейшим образом увязывать с конкретным конкурентным полем и особенно, с его уровнем [2]. Современные специалисты выделяют следующие уровни конкурентоспособности [1]:

- макроуровень – на нем определяются основные условия функционирования всей хозяйственной системы;
- мезоуровень – на нем формируются перспективы развития отрасли или корпорации, охватывающий группу предприятий;
- микроуровень – здесь конкурентоспособность как бы обретает свою окончательную, завершающую форму в виде соотношения цены и качества товара. Это соотношение зависит от условий, сформировавшихся на предшествующих двух уровнях и от персонала предприятия, его способности использовать как свои ресурсы, так и сравнительные национальные общехозяйственные и отраслевые преимущества.

Совершенно очевидным является тот факт, что основная часть конкурентных преимуществ создается на мезоуровне – на предприятиях и фирмах, где используются новейшие технологии, новые материалы, новые, более эффективные формы организации труда, в результате чего и возникают конкурентоспособные товары, продукция и услуги. Поэтому в некоторых работах понятие макроконкурентоспособности ставится под сомнение, а анализ конкурентоспособности предлагается ограничивать уровнем товаров и фирм. В частности П. Кругман относится к современному «увлечению конкурентоспособностью» критично, считая, что конкурентоспособность – «атрибут компаний» [3].

Что касается понятия конкурентоспособности фирмы, то в современной экономической литературе представлено общее определение этого понятия. Так, О. Т. Лебедева и Т. Ю. Филиппова считают, что конкурентоспособность фирмы, как и всякого предприятия – производителя, характеризует возможности и динамику приспособления производителя к изменяющимся условиям на рынке [10]. В этом определении нет никакого упоминания о наличии и действиях конкурентов, поэтому автор считает его неприемлемым в качестве основного. В свою очередь международная организация «Европейский форум по проблемам управления» (European Management Forum – EMF) предложила считать конкурентоспособностью фирмы «реальную и потенциальную способность компании проектировать, изготавливать и сбывать в тех условиях, в которых им приходится действовать, товары, которые по «ценовым» и «неценовым» характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителя, чем товары конкурентов» [8].

Другой подход привязывает понятие конкурентоспособности фирмы к качественным характеристикам ее деятельности (доля рынка, эффективность функционирования, эффективность управления и т.п.). Например, В. Г. Золотогоров выделяет в понятии конкурентоспособность фирмы в качестве ключевых обладание предприятием преимуществ (экономических, технических, организационных) перед конкурентами, которые обеспечивают снижение издержек, повышение качества, возможность обновления, расширения производства, устойчивую долю рынка и, следовательно, возможность получать более высокие доходы. Чем выше конкурентоспособность, тем больше возможностей по расширению объема продаж и росту прибылей [12].

По мнению А. Н. Белковского, конкурентоспособность фирмы – это реальная и потенциальная способность предприятия с учетом имеющихся у него для этого возможностей проектировать, изготавливать и реализовывать в конкретных условиях товары, которые по своим потребительским и стоимостным характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов [9].

А. В. Гольцов высказывает предположение, что конкурентоспособность является важной интегральной характеристикой деятельности предприятия, но ее повышение не должно становиться самоцелью. В целях своевременного наличия приоритетов и эффективной стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и основанной на сильных сторонах деятельности предприятия, любая фирма должна постоянно осуществлять текущий контроль и анализ конкурентного преимущества (превосходства) на рынке, на котором она и конкурирующая фирма предлагают аналогичные по потребительскому спросу товары или услуги [6].

В рамках данного исследования автор придерживается более информационно емкого определения конкурентоспособности предприятия, согласно которому конкурентоспособность предприятия в самом широком смысле можно определить как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов, а мерилom конкурентоспособности предприятия является «соотношение сил» между конкретным предприятием и его основными конкурентами на рынке [5].

Таким образом, конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности – это многоплановая экономическая категория, являющаяся главным критерием оценки эффективности производства продукции, выполнения работ или оказания услуг, а также результирующим показателем эффективности системы управления данным хозяйствующим субъектом.

Конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности подвержена влиянию совокупности факторов внутренней и внешней сред. Внешние факторы разделяются на две группы: прямого и косвенного воздействия. К внешним факторам прямого воздействия относятся: акционеры, конкуренты, поставщики, потребители, местные и федеральные органы. Внешними факторами косвенного воздействия являются: политика, технология, право, экономика, социально-культурные факторы, физико-географические условия. Конкурентное пространство, цели и стадия жизненного цикла продукта определяют приоритеты в выборе критериев конкурентоспособности и формируют ценностные блоки [7].

Оценка конкурентоспособности субъекта предпринимательства проводится с использованием специального инструментария, представляющего собой совокупность методов оценки, использование которых на практике обусловлено спецификой финансово-хозяйственной деятельности субъекта предпринимательства, отраслевыми особенностями и непосредственно целями проведения такой оценки.

Поддерживая точку зрения ведущих российских ученых в области предпринимательства и организации предпринимательской деятельности, считаем, что использование только одного метода не дает адекватных оценок о состоянии субъекта предпринимательства и его потенциальных возможностях, поэтому для более точной и объективной оценки необходимо комбинировать существующие методы. Комбинированное применение аналитических и графических методов с учетом достоинств и недостатков различных подходов позволяет оценить реальное положение предприятия в конкурентном пространстве и ранжировать его относительно конкурентов. При этом возникает возможность представить конкурентоспособность фирмы как многофакторную величину, определить ее состояние, опираясь на разные критерии, и оценить выбранные параметры в статике и динамике.

Однако использование одновременно всех методов нецелесообразно, так как это затруднит анализ из-за сложности, объемности и трудоемкости расчетов. Поэтому следует определить приоритетные параметры для оценки конкурентоспособности предпринимательской организации.

Как известно, конкурентоспособность зависит от ряда факторов и может быть оценена с помощью набора критериев. Учитывая сказанное, прежде чем рассматривать факторы конкурентоспособности, выявим различия в определении понятий фактора и критерия конкурентоспособности.

Критерий конкурентоспособности – это качественная и (или) количественная характеристика продукции, служащая основанием для оценки ее конкурентоспособности [14]. Единичный критерий конкурентоспособности относится к одной из простых

характеристик, определяющих конкурентоспособность. Примером является продажная цена. Комплексный критерий конкурентоспособности относится к совокупности характеристик, определяющих конкурентоспособность. Разновидностями комплексного критерия являются групповой и обобщенный критерии. Групповой критерий конкурентоспособности – это комплексный критерий, который относится к группе характеристик, определяющих конкурентоспособность товара с той или иной стороны. Примеры группового критерия: уровень качества, имидж, уровень новизны, цена потребления, информативность товара. Понятия единичного и группового критериев несколько условны в разных условиях оценки, оценивающих конкурентоспособность. Некоторые критерии могут выступать в роли единичных или групповых критериев. Например, продажная цена с позиции потребителя – единичный критерий, с позиции предприятия-изготовителя – групповой.

Обобщенный критерий конкурентоспособности – это комплексный критерий, по которому принимают решение о результатах оценки конкурентоспособности продукции. Примерами являются уровень конкурентоспособности продукции, рейтинг товара.

Для более точной количественной оценки конкурентоспособности фирмы используется метод, основанный на теории эффективной конкуренции. Согласно этой теории наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность деятельности каждой из служб оказывает влияние множество факторов – ресурсов фирмы. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования им этих ресурсов. В основе метода лежит оценка четырех групповых показателей или критериев конкурентоспособности [13].

Фактор конкурентоспособности – непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности. Анализ причин снижения значения отдельных критериев конкурентоспособности продукции и установления факторов, повышающих конкурентоспособность, так называемый факторный анализ – важный момент в деятельности предприятий-изготовителей и предприятий-продавцов. Уже отмечалось, что конкурентоспособность фирмы не является ее имманентным качеством, поскольку фирма функционирует в системе макро- и микросреды, сформировавшейся в рамках той или иной национальной экономики. Соответственно, факторы, определяющие конкурентоспособность разных уровней экономики, тоже разные.

По мнению Г. С. Праховой, изучение некоторых современных тенденций в развитии факторов конкурентоспособности, позволяет сделать вывод о том, что ключевыми характеристиками фирм-лидеров, обеспечивающих им конкурентные преимущества, являются следующие: наличие собственной рыночной ниши; контроль и поддержание высокого качества; инновации; партнерство; быстрота действий, мобильность к изменяющейся конъюнктуре рынка; квалификация персонала; международная деятельность; малая величина предприятий [2].

Дж. Пилдич утверждает, что конкурентоспособность фирмы зависит от следующих факторов [16]:

1. Источники конкурентных преимуществ. При этом конкурентные преимущества подразделяются на два вида:

– преимущества высокого ранга (связанные с наличием у предприятия высокой репутации, квалифицированного персонала, патентов, ведением долговременных НИОКР, развитым маркетингом, основанным на использовании новейших технологий, современным менеджментом, долговременными связями с покупателями и т. д.) дольше сохраняются и позволяют достигать более высокой прибыльности;

– преимущества низкого ранга (связанные с наличием дешевой рабочей силы, доступностью источников сырья и т. д.) не столь устойчивы, так как могут быть скопированы конкурентами.

2. Очевидность источников конкурентных преимуществ. При наличии явных источников преимуществ (дешевое сырье, определенная технология, зависимость от конкретного поставщика) возрастает вероятность того, что конкуренты постараются лишить фирму этих преимуществ.

3. Инновации. Для удержания лидирующего положения сроки внедрения инноваций должны, по крайней мере, равняться срокам их возможного повторения конкурентами или превосходить их. Инновационный процесс позволяет компаниям переходить к реализации конкурентных преимуществ более высокого ранга и увеличивать число их источников.

4. Отказ от имеющегося конкурентного преимущества для приобретения нового. Отказ от конкурентного преимущества важен для реализации стратегии, так как создает барьеры для имитаторов.

Далее перечислены основные факторы конкурентоспособности фирмы, предложенные западными исследователями: динамика масштабов долгосрочного спроса; динамика структуры спроса; обновление продукта; технологические инновации; маркетинговые инновации; динамика лидерства; диффузия достижений; динамика эффективности; покупательские предпочтения; государственное регулирование рынка; рост детерминации [8].

Итак, рассмотрев различные факторы конкурентоспособности, приводимые современными учеными и экономистами-практиками, а также исходя из специфики данного исследования, выделим существенные факторы конкурентоспособности современной предпринимательской организации:

- способность постоянного совершенствования процесса оказания услуг;
- освоение и внедрение пользующихся спросом новых видов услуг;
- использование передовых технологий;
- повышение качества услуг;
- управление стоимостью предоставляемых услуг;
- совершенствование и развитие кадрового персонала;

- международная деятельность;
- численность и сравнительная сила конкурирующих предприятий.

Таким образом, конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности как интегрирующий показатель результативности финансово-хозяйственного функционирования с учетом отраслевой специфики, организационно-правовой формы, статуса, имиджа, положения во времени и пространстве зависит от ряда факторов внешней и внутренней среды. Для качественной и количественной оценки конкурентоспособности экономической наукой разработан и апробирован инструментарий, позволяющий реализовать системно-критериальный подход к определению уровня конкурентоспособности субъекта предпринимательской деятельности.

Список использованных источников:

1. Бобков А. Л. Экономия ресурсов как фактор повышения конкурентоспособности промышленности России / А. Л. Бобков, Л. В. Бобков. – М.: Дашков и К°, 2010. – 147 с.
2. Грани конкурентоспособности: государство, регион, предприятие, товар / под ред. С. С. Чернова. – Новосибирск: СИБПРИНТ, 2008. – 186 с.
3. Емельянова Л. А. Психология конкуренции и конкурентоспособности / Л. А. Емельянова. – М.: Изд-во МГОУ, 2008. – 441 с.
4. Иванов С. В. Оценка и формирование конкурентоспособности системы управления компанией : монография / С. В. Иванов. – Калининград: Аксиос, 2008. – 127 с.
5. Инновация и конкурентоспособность предприятий: [инновации: компетенции, организационный механизм, стратегия, бизнес-модель, ресурсы, культура] / под ред. Н. А. Кравченко. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2010. – 322 с.
6. Клименко Т. В. Качество и конкурентоспособность в системе управления предприятием / Т. В. Клименко. – М.: Изд-во РЗИТЛП, 2008. – 149 с.
7. Методические основы оценки конкурентоспособности в малом бизнесе с целью ее повышения / под общ. ред. В. А. Романова. – Шахты (Ростовская обл.): Изд-во ЮРГУЭС, 2008. – 158 с.
8. Минченкова О. Ю. Повышение конкурентоспособности организации на основе управления знаниями / О. Ю. Минченкова. – М.: Изд-во ГУУ, 2008. – 222 с.
9. Молочников Н. Р. Развитие многоуровневой конкурентоспособности / Н. Р. Молочников, Т. Г. Пономарева. – СПб.: Изд-во Политехнического ун-та, 2008. – 97 с.
10. Попадюк Т. Г. Конкурентоспособность в новой экономике: вопросы управления / Т. Г. Попадюк. – М.: МГСУ, 2008. – 200 с.
11. Сафиуллин Н. З. Конкурентоспособность: теория и методология / Н. З. Сафиуллин, Л. Н. Сафиуллин. – Казань: Центр инновационных технологий, 2008. – 162 с.
12. Степанов Л. В. Конкурентоспособность предприятия в условиях рынка / Л. В. Степанов. – Воронеж: Научная книга, 2010. – 203 с.
13. Степутьев А. Ф. Система обеспечения ценностной конкурентоспособности предприятия / А. Ф. Степутьев. – Ижевск: Удмуртский ун-т, 2008. – 227 с.
14. Сурнина Е. А. Исследование методов оценки конкурентоспособности товара и разработка модели для управления конкурентоспособностью / Е. А. Сурнина, В. А. Иванова. – Екатеринбург; Ижевск: Изд-во Института экономики УрО РАН, 2009. – 88 с.
15. Ултургашева О. Г. Приоритетные стратегии конкурентоспособности предприятий / О. Г. Ултургашева. – Красноярск: Изд-во Красноярского гос. аграрного ун-та, 2008. – 199 с.
16. Филобокова Л. Ю. Обоснование концепции рыночной устойчивости и конкурентоспособности малого предпринимательства / Л. Ю. Филобокова. – Ростов-на-Дону: РИНХ, 2008. – 191 с.

К. е. н. Свердан М. М.

Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна

НАЦІОНАЛЬНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ У КОНТЕКСТІ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Сучасна світова економіка вже тривалий час еволюціонує в напрямі все більш наростаючої фінансово-економічної інтеграції та уніфікації. Цей процес отримав назву глобалізації. У контексті фінансово-економічної глобалізації рамки національних економік все менше розглядаються як критерій для сегментації внутрішнього ринку, внаслідок чого зростає взаємозалежність найважливіших фінансових центрів та формуються нові міжнародні механізми нагромадження й руху капіталу. Зазначене підтверджує очевидну тенденцію до утворення єдиного світового інвестиційного середовища, а також інтеграції національних ринків і капіталів, внаслідок чого відбувається ослаблення або й зникнення економічних кордонів між державами, а також формування нових міжкордонних механізмів нагромадження й руху капіталів.

Позитивність інтернаціоналізації національних економік має місце та характеризується переходом країн від замкнутих національних господарств до економіки відкритого типу. Але, водночас, в цьому процесі присутня й певна фінансово-економічна амбівалентність, яка проявляється, насамперед, не стільки у перспективному зростанні взаємозалежності економік різних країн, скільки у все більшій залежності економік одних країн від інших. Саме тому Європейська Рада в Турині (29.03.1996 р.) визначила економічну глобалізацію однією з найголовніших проблем, що постали перед Європейським Союзом наприкінці ХХ ст. Насправді, ефект світової фінансово-економічної глобалізації суттєво трансформує національні економіки.

З одного боку, економічна глобалізація має сукупність економічних правил, що базуються на дерегуляції і приватизації національних економік для зміцнення їх конкурентоспроможності та підвищення рівня привабливості для іноземного капіталу, внаслідок чого вивільняється рух товарів, послуг, капіталу і робочої сили від національних перепон. Відбувається встановлення стійких економічних зв'язків між національними економіками, зрощення національних процесів відтворення, зближення соціальних та інституційних структур різних країн. Проте, такий позитив є доволі відносним, оскільки, з іншого боку, цей процес має й негативні наслідки, насамперед – відображається суперечливим впливом на національні економіки та на все сучасне світове господарство. Глобальні фінансово-економічні процеси істотно загострюють позиції міжнародної конкуренції, спричиняють маніпулювання значними фінансовими й інвестиційними ресурсами, що становить реальну потенційну загрозу для країн із середніми чи низькими доходами. Внаслідок глобалізації економіки багаті країни стають ще багатшими, бідні – ще біднішими, через що глобальна нерівність невпинно зростає. Ототожнення глобалізації з інтернаціоналізацією національних економік, що, нібито, веде до їх взаємовигідного зв'язку (з допомогою стратегічного набору – торгівля, капіталовкладення, кредити) є безпідставним. Якби це відповідало дійсності, то

сучасна фінансово-економічна глобалізація обов'язково супроводжувалася б прогресуючим розвитком значної частини країн світу.

Внаслідок цього, в сучасних умовах на перший план все більше виходить поняття «національна конкурентоспроможність», яка передбачає закладення стабільних засад розвитку національної економіки кожної країни, а також обумовлює відповідний рівень національної фінансово-економічної безпеки. У цьому контексті формується й параметр макроекономічної безпеки держави. Якщо більш точно, то макроекономічна політика держави повинна створити такі умови, які б сприяли стабілізації й розвитку національної економіки, посиленню її конкурентних позицій на світовій арені глобальної економіки.

Національна конкурентоспроможність є багатозначним поняття, що, як правило, означає: (1) здатність країни досягти високих темпів економічного зростання; (2) високий рівень продуктивності факторів виробництва в країні; (3) спроможність підприємств успішно конкурувати на міжнародних ринках. Перші дві позиції визначення терміну національної конкурентоспроможності асоціюються з прискоренням економічного зростання й підвищенням рівня соціальних стандартів. Національна конкурентоспроможність, відповідно до них, не передбачає зовнішньоекономічної конкуренції: бізнес в країні може бути дуже продуктивним, але без зовнішньоекономічних відносин. В цьому й полягає відмінність від третьої позиції, в рамках якої конкурентоспроможність проявляється на міжнародному ринку. Відтак, домінуючим є стимулювання розвитку саме національної економіки, що є базисом суспільного прогресу та могутності країни в макроекономічному відношенні.

Кожна національна економіка характеризується певним рівнем розвитку продуктивних сил, типом економічної системи і ринкових відносин, характером суспільного відтворення, специфікою господарського механізму, рівнем життя населення, зовнішньоекономічними зв'язками. Відповідно, їх співвідношення (структура економіки, рівень розвитку, ефективність функціонування тощо) мають значні відмінності в різних країнах. Держава, виходячи з необхідності зміцнення й посилення національної безпеки, в макроекономічному масштабі досліджує: економічний потенціал країни та його розміщення; національний ринок; підтримання економічної динаміки і рівноваги; роль країни у глобальній економіці; міру свого втручання в економіку країни; створення національного економічного порядку тощо. Належне виконання й забезпечення цих позицій створює сприятливі умови для виходу національного ринку на високий конкурентоспроможний рівень в системі міжнародних економічних відносин.

Макроекономіка характеризує стан національної економіки, темпи та пропорції її розвитку, ступінь стабільності й урівноваженості. Таким чином, макроекономічна політика держави повинна спрямовуватись здебільшого не на вихід національної економіки у світовий простір фінансово-економічних взаємовідносин, а на створення сприятливих умов для високопродуктивного функціонування власної господарської системи: її ефективність залежить від макроекономічної кон'юнктури в країні. Розвиток макроекономічних процесів обумовлює логіку бізнесу. Саме через це держава й зобов'язана забезпечити макроекономічну стабільність, де може успішно функціонувати бізнес.

К. е. н. Станкевич А. А.

ПФ НУБіП України «Кримський агротехнологічний університет»,

м. Сімферополь, п. Аграрне

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ (ПОСЛУГ) ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Якість продукції – це сукупність властивостей продукції, які зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.

Якість визначається мірою співвідношення товарів, робіт, послуг до умов та вимог стандартів, договорів, контрактів, запитів споживачів. Прийнято розрізняти якість продукції, роботи, праці, матеріалів, товарів, послуг.

Якість продукції – це економічна категорія, тому що вона належить до найважливіших понять економічної науки, яка відображає істотні сторони економічних явищ та процесів. Це пов'язано з тим, що в сучасному світі діяльність будь-якого підприємства, його непохитне становище на ринку товарів і послуг визначається рівнем конкурентоспроможності. У свою чергу, конкурентоспроможність пов'язана з двома показниками – рівнем ціни і рівнем якості продукції. Якість продукції в цьому випадку займає перше місце. Якщо підприємство змінює ціну на товари, конкуренти, довідавшись про це, відразу можуть прийняти відповідні дії. Інша ситуація виникне в тому випадку, коли підприємство змінює якість свого товару, що сприймається покупцем як його поліпшення. Ті товари, які вони виробляють і які мають у запасі, за раз мають гіршу якість порівняно з продукцією підприємства, яке поліпшило свій товар. Тривалість цього періоду зростає ще більше, якщо виробництво продукції нової якості потребує наявності особливого ноу-хау у робітників і нових виробничих потужностей, якими конкурент володіє. Таким чином, підприємство, що поліпшило якість своєї продукції, отримує значну перевагу в часі, яку воно може використати для поширення своєї частки на ринку, завоювання нових груп покупців і ускладнення повернення на ринок конкурента.

Поняття «якість» в економічній літературі визначається як ступінь відповідності виробу встановленим стандартам і технічним умовам, що дозволяють задовольнити конкретну потребу у витратах, тобто якість відображає здатність виробу виконувати задану функцію. Якість як економічна категорія – це суспільна оцінка, що характеризує ступінь задоволення потреб у конкретних умовах споживання тієї сукупності властивостей, що явно виражені або потенційно закладені в товар. Якість товару забезпечується на всіх етапах його створення: вивчення вимог споживача, проектування, виробництва, експлуатації.

Якість продукції не обмежується тільки однією властивістю, це сукупність властивостей. Властивості продукції кількісно виражаються показниками якості.

Показники якості продукції

- 1) загальні – оцінюють якість усієї сукупності продукції підприємства;
- 2) диференційовані, які поділяють на:
 - одиничні – характеризують будь-яку одну властивість одиниці продукції;
 - комплексні – відображають кілька властивостей одиниці продукції одночасно.

До комплексних показників якості (технічного рівня) продукції належать, насамперед: коефіцієнт готовності обладнання, що характеризує одночасно його безвідмовність і ремонтпридатність; питомі витрати на один кілометр пробігу автомобіля тощо.

Таблиця 1. Система одиничних показників якості продукції

Групи показників		Окремі показники груп
Вид	Сутнісна характеристика	
1. Призначення	Характеризують корисну роботу (виконувану функцію)	• Продуктивність • Потужність • Міцність • Вміст корисних речовин • Калорійність
2. Надійності, довговічності та безпеки	Визначають міру забезпечення тривалості використання і належних умов праці та життєдіяльності людини	• Безвідмовність роботи • Можливий термін використання • Технічний ресурс • Термін безаварійної роботи • Граничний термін зберігання
3. Екологічні	Характеризують ступінь шкідливого впливу на здоров'я людини та довкілля	• Токсичність виробів • Вміст шкідливих речовин • Обсяг шкідливих викидів у довкілля за одиницю часу
4. Економічні	Відображають міру економічної вигоди виробництва продуцентом і придбання споживачем	• Ціна за одиницю виробу • Прибуток з одиниці виробу • Рівень експлуатаційних витрат часу й коштів
5. Ергономічні	Окреслюють відповідність техніко-експлуатаційних параметрів виробу антропометричним, фізіологічним та психологічним вимогам працівника (споживача)	• Зручність керування робочими органами • Можливість одночасного охоплення контрольованих експлуатаційних показників • Величина шуму, вібрації тощо
6. Естетичні	Визначають естетичні властивості (дизайн) виробу	• Виразність і оригінальність форми • Кольорове оформлення • Естетичність тари (упаковки)
7. Патентно-правові	Відображають міру використання нових винаходів за проектування виробів	• Коефіцієнт патентного захисту • Коефіцієнт патентної чистоти

Для характеристики загального рівня якості всієї сукупності продукції, яку виготовляє підприємство, застосовують певну систему загальних показників, а саме:

- частка принципово нових (прогресивних) виробів у загальному їхньому обсязі;
- коефіцієнт оновлення асортименту;
- частка продукції, на яку одержано сертифікати якості;
- частка продукції для експорту в загальному її обсязі на підприємстві;
- частка виробничого браку (бракованих виробів);
- відносний обсяг сезонних товарів, реалізованих за зниженими цінами.

Суржко С. І.

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
м. Луганськ, Україна*

РЕАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ІНТЕРЕСУ ДЕРЖАВИ НА ПРИКЛАДІ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ ТА УКРАЇНИ

В незалежній Україні проблема забезпечення національних інтересів стає все більш актуальною з кожним роком. Відсвяткована 21 річниця нашої незалежності, а стабільності і захищеності української економіки й досі немає. «Європейська житниця» перебуває в стані перманентного занепаду, національні багатства невпинно розкрадаються кланами олігархів. Народ вже й пригадати не може, що таке гідне життя. Виглядає дивним те, що проблемам захисту національних інтересів та національної економіки приділяється недостатньо уваги. Цікавим є той факт, що про Концепцію національної безпеки України згадали лише на сьомий рік проголошення незалежності, ухваливши її в січні 1997 р. після проведення тотальної приватизації [1].

Протилежне відношення, щодо забезпечення національної безпеки держави, мають економічно розвинені США з багатолітнім досвідом вирішення проблем національної економічної безпеки своєї країни. Сполучені Штати – країна, з якої в теперішній час беруть приклад усі економічно розвинені держави з питань відстоювання національних інтересів та забезпечення належного рівня національної безпеки. До речі, Сполучені Штати, як і Європа, ніколи не мали за мету створення вільного ринку і завжди використовували достатньо жорсткі механізми протекціоністської політики, на відміну від України. Виникає питання, на кого ж орієнтувалась і в чийх інтересах діяла українська влада, запроваджуючи вульгарну ринкову економіку в країні?

США є першою країною, яка почала перейматись питаннями національної економічної безпеки країни, першою державою, для якої постали завдання по вирішенню проблем національних інтересів свого народу. Ще в 1934 році в Сполучених Штатах був створений перший Комітет з економічної безпеки, головною метою діяльності якого була стабілізація соціально-економічного стану в країні.

Згодом, вже у 1947 році було ухвалено закон «Про національну безпеку» (The National Security Act), згідно якого були створені Рада з національної безпеки при Президентові США, Міністерство оборони, Центральне розвідувальне управління, підпорядковане Раді національної безпеки, і Управління ресурсів національної оборони.

Характерною рисою проведення Сполученими Штатами Америки як внутрішньої, так і зовнішньої політики у всі часи існування держави була орієнтація на захист національних інтересів США. Ця країна впевнено заявляла про велич американського народу, вважала свою державу глобальним лідером, та завжди відзначала, що вища цінність Сполучених Штатів – добробут американського народу.

Аналізуючи стратегії національної безпеки США різних часів та різних адміністрацій президентів можна дійти висновку, що всі вони в першу чергу просочені прагненням реалізувати інтереси своєї держави та американського народу. Змінювалась

структура стратегій, дещо змінювався зміст, залежно від загроз, які з'являлись, але завжди уряд Сполучених Штатів залишався вірним національним інтересам своєї держави, чого нажаль не можна сказати про Україну.

Сьогодні майже усі підприємства, які залишилися в спадщину народу України від колишнього СРСР, знаходяться в руках олігархів. За останні роки були «приватизовані» останні ласі шматочки в ТЕК. Залишається незрозумілим, що саме треба зробити, щоб розірвати це коло тотального розкрадання багатств нашої держави. За яку б політичну силу народ не віддавав свої голоси, ситуація погіршується з кожним роком, наша країна невпинно деградує і не лише економічно. На наш погляд, комплекс реформ, звісно, необхідно починати з сфери політичної, але разом із тим, необхідно впроваджувати механізми державного регулювання, які будуть спрямовані на створення системи національної економічної безпеки. За умови захищеності держави від зовнішніх та внутрішніх загроз економічній безпеці, не виникла б ситуація, яку ми спостерігаємо сьогодні в Україні. Українським громадянам впродовж двадцяти років розповідали – з кого і як нам треба брати приклад, доводили необхідність створення вільного ринку, малювали наше майбутнє в ЄС, СОТ, НАТО або СЕП. Але кому потрібна Україна сьогодні? Хіба що як сировинний придаток. Ми вважаємо, що майбутнє України сьогодні лише в наших руках. Ніхто й ніколи не допоможе Україні до тих пір, доки ми самі не захочемо собі допомогти і не станемо на шлях реалізації національних, а не приватних інтересів.

Україна потребує використання ефективних механізмів державного регулювання. Це інвестування в державні та комунальні підприємства для підвищення їх прибутковості, контроль використання бюджетних коштів, призначення керівників, здатних компетентно керувати державними підприємствами, прибутки яких прямують в державний бюджет, а отже ідуть на користь не якомусь конкретному підприємцю, а всьому народу України. Тобто необхідно залишити в минулому етап введення народу в оману і розкрадання національних багатств і зосередитись на реформуванні економіки для забезпечення дієвої системи економічної безпеки, коли держава реалізовуватиме економічний інтерес усього народу України, а не окремих осіб.

Необхідно створювати власну сильну економіку, стимулювати виробництво, розвивати промисловість, але спершу треба захистити національну економіку, створивши систему механізмів державного регулювання, які забезпечать економічну безпеку в Україні. Лише таким чином, на наш погляд, можна пожвавити українську економіку й почати довгий й важкий шлях її оздоровлення. Іншого вибору незалежна Україна просто не має.

Список використаних джерел:

1. Постанова Верховної Ради України від 16 січня 1997 року // Відомості Верховної Ради. – 1997. – № 3.

К. п. н. Філончук З. В.

Комунальний вищий навчальний заклад

«Херсонська академія неперервної освіти» Херсонської обласної ради, Україна

ЕКОНОМІЧНА ПРОСВІТА НАСЕЛЕННЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

На сучасному етапі постає необхідність інноваційного розвитку економіки України, що потребує підготовки фахівця з відповідним мисленням та культурою, здатного до творчого пошуку. Разом з тим існує декілька чинників стримування інноваційної діяльності в Україні, одним із яких є низький рівень економічної культури населення.

Інноваційний підхід вимагає певних особистісних якостей та дій, насамперед знань та відповідальності. Відповідно зростає необхідність в об'єктивній інформації, а в економічній – особливо. Рівень та повнота економічної інформованості суспільства дозволяє громадянам займати певну позицію з питань розвитку економіки та країни в цілому [10]. Тому інформаційно-просвітницька робота набуває особливої актуальності.

Проблеми формування національної інноваційної політики досліджували Н. Гончарова, Л. Федулова, А. Малюта, М. Рибак та ін. Тенденції зростання ролі освіти у формуванні знань на сучасному етапі розвитку економіки визначені В. Івановою, В. Базилевичем, В. Мау, А. Сеферяном, О. Булавенко, А. Пороховським та ін. Завдання економічної просвіти населення на перехідних етапах розвитку економіки вивчали Л. Бляхман, В. Пилипенко, Є. Головаха та ін.

Водночас, враховуючи сучасну соціально-економічну ситуацію, потрібно проводити системну роботу з економічної просвіти населення як на державному рівні, так і за підтримки громадських організацій.

Метою статті є визначення ролі економічної просвіти у розвитку економічного мислення, формуванні економічної культури населення як фактору розвитку інноваційної конкурентоспроможної економіки.

В Україні реалізація інноваційної політики здійснюється центральними органами виконавчої влади. Незважаючи на те, що Кабінетом Міністрів України затверджено низку нормативно-правових актів з метою державної підтримки розвитку науки, інноваційної діяльності та забезпечення правової охорони інтелектуальної власності, інноваційні чинники економічного зростання не знайшли належного місця в програмних документах і реальних діях державної влади [13].

Л. Федулова зазначає, що за весь період існування незалежної України започатковано трансформаційні інституційні процеси в інноваційній сфері, проте темпи активізації науково-технічної та інноваційної діяльності можна визначити як занадто низькі [13].

Головна задача, як вважає Н. Гончарова, повинна зводитись до створення реальної основи для переведу економіки на інноваційний шлях розвитку. Для цього, в першу чергу, необхідно розробити національну інноваційну стратегію, визначити механізми

оцінки наявного інноваційного потенціалу, продумати створення нових організаційно-правових структур, які б включали увесь інноваційний ланцюжок [5].

Л. Федулова наголошує на тому, що одним із першочергових завдань щодо стимулювання інноваційної діяльності є формування сучасної інноваційної культури як підґрунтя для ефективного науково-технологічного розвитку в Україні, що потребує відповідної перебудови соціально-економічного та культурного світогляду суспільства.

Головне завдання розвитку інноваційної культури суспільства полягає у стимулюванні трансформації суспільних цінностей відповідно до визнання пріоритетів творчої праці, самовдосконалення і самонавчання, соціально відповідального підприємництва, правової компетентності [13].

Як зазначають О. Малюта та М. Рибак, існує дві вихідні передумови для виникнення та впровадження інноваційної діяльності. Перша пов'язана з особливостями організації людського мислення та психіки в цілому. Мається на увазі здатність суб'єкту економічної діяльності до генерації нових ідей та їх практичної реалізації. Друга умова пов'язана з інфраструктурою діяльності, яка має забезпечити виникнення, підтримку та впровадження інноваційної діяльності. Аналіз цих передумов визначив неприйняття інновацій та іноді жорстку протидію їм [7].

Подібна ситуація є проблемою, яка вимагає свого вирішення. Одним із шляхів її вирішення є економічна просвіта населення. Адже, інноваційна діяльність – це творча діяльність, її рушійною силою виступає людський капітал, а саме – його інтелектуальна складова.

Словники сучасної української мови тлумачать термін «просвіта» як те ж саме що й «освіта». За іншими джерелами, просвіта – від дієслова «просвіщати», тобто повідомляти що-небудь, розповсюджувати серед будь-кого знання, культуру (українсько-російський словник – уклад. Д. І. Ганич та І. С. Олійник).

Доцільно наголосити на відмінностях між поняттями «освіта» та «просвіта». Як зазначає В. Іванова, освіта формує знаннєвий фонд людини, сприяє накопиченню спеціальних навичок і досвіду вирішення певних завдань. Сучасне життя потребує постійного оновлення знань через навчання протягом всього життя. Це обумовлюється також значним їх обсягом і зростанням інформаційних потоків. Освіта перетворюється на один із основних чинників становлення та розвитку економіки, заснованої на знаннях, механізмом формування основи загального обсягу знань. Решта їх формується протягом всього життя на основі отриманої інформації та подальшої її обробки [6].

В. Пилипенко визначає три головних завдання економічної просвіти. По-перше, економічна просвіта покликана створити необхідну для орієнтації в новій економічній ситуації інформаційну базу, ефективні канали тиражування економічних знань. По-друге, економічна просвіта має на меті «боротьбу» зі стереотипами економічної свідомості. І, нарешті, система економічної просвіти повинна «підтримати» інноваційні процеси. «Саме система економічної просвіти покликана пропагувати та узагальнювати досвід економічних новацій, «підживлювати» необхідними знаннями паростки економічної культури», – зазначає вчений [9, с. 169].

Під час політичних та соціально-економічних трансформацій виникає потреба в просвіті населення, тобто в широкій пропаганді основ економічних знань та роз'ясненні економічної політики.

В історії нашої країни та інших пострадянських країн накопичений певний досвід підвищення економічної культури, економічного виховання населення. Так, в кінці 80-х на початку 90-х рр. XX ст., під час соціально-економічної перебудови, вкрай гостро постало питання про активізацію якостей учасників економічної діяльності, тобто їх духовно-психологічну підготовку до змін. Саме в той час активізувалась діяльність у новій дисципліні – економічній психології.

Опитування керівників електротехнічних підприємств (1987 р.) показало, що лише 21 % з них знаходили взаємозв'язок економічних процесів, сприймали і позитивно оцінювали комплексну реформу господарського механізму. Близько 16 % підтримували старі методи управління, а більшість (57 %) мали непослідовні і навіть сумбурні уявлення про напрями перебудови [3].

В умовах перебудови, економічні знання стали невід'ємним та необхідним елементом підготовки робітників всіх спеціальностей. Засвоєння навичок аналітичного економічного мислення, без якого неможливим було б самоуправління, було головним завданням економічної просвіти на той час.

Формування економічної свідомості включає як психологічний, так і теоретичний рівень. А. Самсін зазначає, що ціннісна значимість економічної теорії полягає в її адекватності економічним реаліям, у вияві та розумінні способів подолання кризових ситуацій. Економічна теорія як наукове знання орієнтована на формування державної економічної політики, на обґрунтування довгострокової стратегії розвитку країни [11].

Важливим кроком у формуванні нової економічної культури населення стало впровадження з 2001 року у навчальних закладах України курсу «Основи економіки».

О. Булавенко вважає, що для формування нової системи господарювання важливим є не тільки високий рівень економічного мислення спеціаліста-економіста (це елемент його професії), але й спеціаліста будь-якої професії та кваліфікації, учасника господарської діяльності [4].

В сучасних умовах в нашій країні діє економічна еліта. Це теоретики, експерти, аналітики, публіцисти, які відомі широкому загалу завдяки засобам масової інформації. Вони дають рекомендації відносно стану та перспектив соціально-економічного розвитку суспільства. На думку А. Самсіна, головне завдання економічних теоретиків полягає в чіткому поясненні та розповсюдженні в широких масах населення суті та характеру економічних новацій [11].

В таких умовах розвиток системи економічної просвіти має стати провідним завданням засобів масової інформації [9]. Їх сила виявляється у масовості, впливовості, оперативності. Засоби масової інформації, що вважаються четвертою владою, мають чітко окреслену тенденцію перетворення на першу владу, тобто вони є найпотужнішим чинником соціального управління суспільством [12].

Слід зазначити, що засоби масової інформації відреагували на підвищений попит населення щодо сутності таких економічних категорій як «економічна криза», «економічні цикли», «ділова активність» тощо. Заслугує на увагу просвітницька діяльність ділових тижневиків України.

Г. Тимченко пропонує вжити заходів щодо організації інформування робітників про основні положення прийнятих законів через певні структурні підрозділи підприємств та організацій, незалежно від форм власності [12].

Кожна людина, учасник економічної діяльності, виконує певні економічні ролі (споживача, найманого працівника, власника тощо), через які відбувається соціалізація її особистості. Однією із наймасовіших соціально-економічних ролей є роль платника податків [11].

Економіко-юридичні аспекти цієї проблеми розглядаються в спеціальній літературі. Основними напрямками просвітницької діяльності податкових органів є: інформування населення через фаховий журнал «Вісник податкової служби України»; проведення різноманітних акцій та конкурсів для дітей на державному та місцевому рівнях з метою виховання поважного ставлення до податків як ознаки свідомої громадянської позиції.

Значна робота була проведена Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України в рамках міжнародного проекту «Спільнота споживачів і громадські об'єднання» щодо формування споживчої культури населення як методами споживчої освіти (введено варіативний курс «Основи споживчих знань» у навчальних закладах), так і споживчої просвіти через засоби масової інформації та взаємодію з громадськими організаціями.

З метою забезпечення дотримання банками вимог законодавства України у сфері споживчого кредитування, а також підвищення фінансової грамотності населення Національний банк України розробив Пам'ятку позичальника банку за споживчим кредитом, уважне вивчення якої мало сприяти прийняттю найбільш виважених та найменш ризикованих рішень щодо отримання кредитів.

Одним із уроків світової фінансової кризи 2008–2009 років стало розуміння того, що фінансова просвіта є надзвичайно важливою для побудови міцного фундаменту довіри споживачів до сучасної фінансової системи. З метою підготовки поінформованих та освічених громадян Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України у тісній співпраці з Національним банком України та Агенцією США з міжнародного розвитку розпочало впровадження з 2012 року дослідно-експериментального освітнього проекту з підвищення рівня фінансової грамотності української молоді.

Проте відсутність загального підходу до економічної просвіти, не дозволяє значній частині населення усвідомити сутність змін в економіці та виробити власну соціально-економічну позицію.

А. Пороховський зазначає, що в сучасних умовах масове впровадження у буденне життя інформаційно-комунікаційних технологій створює ілюзію загальної доступності інформації, в тому числі економічної, проте все більш загострює когнітивну

проблему оцінки інформаційних потоків, здатності виділення суттєвих та незначних для кожного громадянина фактів, тенденцій та закономірностей [10].

На жаль, засоби масової інформації надають більше негативної інформації. Л. Бальцерович писав: «Сильний «негативний ухил» у чіємусь особистому сприйнятті реальності у власній країні не є шкідливим, якщо у країні вже існують стабільна демократична політична система і розвинена капіталістична економіка. Натомість, якщо країна перебуває лише на стадії створення такої системи, він може становити серйозну небезпеку. «Негативний ухил» здатний справляти вплив на колективні електоральні рішення народу, що часом призводить до появи серйозних перешкод для руху суспільства в заданому напрямку» [2, с. 22].

Відсутність розуміння державної економічної стратегії формує у населення економічну інфантильність.

Здійснений аналіз свідчить про те, що в Україні значна увага приділяється економічній освіті молоді. Проте, враховуючи віковий склад населення, нагальною потребою є економічна просвіта саме дорослої частини громадян. Відсутність загальнодержавного підходу до економічної просвіти населення стримує формування економічної свідомості та є перешкодою для багатьох громадян при прийнятті економічних рішень. Адже саме завдяки економічній просвіті зростає економічна свідомість населення, формується економічна культура, що є одним із чинників становлення майбутньої інноваційної економіки України. В свою чергу розвиток української економіки, реальні кроки по здійсненню інноваційної стратегії, отримання позитивних економічних результатів впливатиме на економічну свідомість громадян, що стане поштовхом для подальшого розвитку економіки.

Отже, доцільними для реалізації є наступні напрями: прийняття нормативного документу, який би визначив державне бачення конкретних напрямів економічної просвіти населення; залучення освітянських установ до цієї діяльності, особливо закладів післядипломної освіти як важливої складової неперервної освіти; підвищення ролі громадських організацій освітян, таких як, економічні центри, асоціації, у аналітичній, інформаційній та роз'яснювальній роботі, пов'язаній з життєво важливими економічними питаннями.

У зв'язку з цим потребують подальшого вивчення такі питання: діяльність інститутів післядипломної освіти педагогічних кадрів щодо впровадження економічної освіти в системі курсової перепідготовки вчителів всіх категорій та спеціальностей, організація системної роботи загальноосвітніми навчальними закладами з економічного виховання, їх просвітницька діяльність серед батьків.

Список використаних джерел:

1. Базилевич В. Інтелектуальна діяльність в контексті глобальних процесів / В. Базилевич // Вища школа. – 2008. – № 2. – С. 26–33.
2. Бальцерович Л. Загальні помилки при обговоренні проблем переходу до ринкової економіки / Л. Бальцерович // Уроки реформ: за мат.-ми Міжнар. конф. – К., 1994. – С. 21–24.

3. Бляхман Л. С. Перестройка экономического мышления / Л. С. Бляхман. – М.: Политиздат, 1990. – 271 с.
4. Булавенко О. А. Проектирование подготовки будущих экономистов в системе непрерывного образования: монография / О. А. Булавенко. – М.: НИИ школьных технологий, 2006. – 304 с.
5. Гончарова Н. П. Теоретико-методические аспекты формирования инновационной политики / Н. П. Гончаренко // Актуальні питання економіки. – 2008. – № 4. – С. 62–72.
6. Иванова В. В. Тенденції зростання ролі освіти й інформації у формуванні знань на сучасному етапі розвитку економіки / В. В. Иванова // Актуальні питання економіки. – 2008. – № 11. – С. 62–69.
7. Малюта А. Социокультурные проблемы и перспективы инновационной экономики / А. Малюта, М. Рыбак // Економіст. – 2007. – № 9. – С. 13–15.
8. Мау В. Бизнес-образование рубежа веков: вызовы времени и тенденции развития / В. Мау, А. Сеферян // Вопросы экономики. – 2007. – № 10. – С. 75–79.
9. Пилипенко В. Є. Людина в ринковому суспільстві: орієнтації, поведінка, культура / В. Є. Пилипенко. – К.: Фоліант, 2005. – 224 с.
10. Пороховский А. Эффективность экономического образования / А. Пороховский // Вопросы экономики. – 2006. – № 7. – С. 108–117.
11. Самсин А. И. Основы философии экономики: учеб. пособ. для вузов / А. И. Самсин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 271 с.
12. Тимченко Г. Правова соціалізація особи – необхідна умова ефективності законодавства / Г. Тимченко // Підприємництво, господарство і право. – 2009. – № 5. – С. 25–28.
13. Федулова Л. И. Державна політика в національній інноваційній системі: стабільність зберігається / Л. И. Федулова // Актуальні питання економіки. – 2008. – № 4. – С. 90–103.

Ханкишиев Х. А.

ВУЗ Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», Украина

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АЗЕРБАЙДЖАНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

После приобретения независимости в связи с распадом СССР, Азербайджан так же, как Украина и другие страны бывшего союза оказался перед сложными проблемами вхождения в мирохозяйственную систему и формирования национальной модели экономического развития страны в условиях рыночной конкуренции. Огромные трудности при переходе от административно-командной к рыночной системе хозяйствования испытывала унаследованная от советских времен монополистическая производственная структура, обремененная постсоветскими экономическими и политическими отношениями со странами СНГ. Экономика Азербайджана нуждалась в коренных изменениях, проведении стратегических реформ, обновлении и модернизации, применении новых технологий и в других важных элементах экономического развития.

В современных условиях актуальным является повышение конкурентоспособности Азербайджана путем достижения инновационного развития производства и диверсификации экономики страны.

Опыт развитых стран свидетельствует о применении классических и современных теоретических концепций экономического развития, формирования национальной модели и усиления конкурентоспособности страны в мировом рыночном пространстве.

Основными приоритетами конкурентоспособности стран являются экспорт продукции в виде наукоемких товаров, высокотехнологичных продуктов, научно-технический уровень и создание продукции инновационной экономики.

Азербайджанская республика имеет достаточно выгодные природно-экономические, транспортно-географические и социальные условия, которые в совокупности облегчают выход страны к системе международного разделения труда и освоения ключевых позиций конкурентоспособности на мировых пространствах. В интеграционных и экономических процессах Азербайджана зона приоритетных интересов не ограничивается странами бывшего союза. В более долгосрочной перспективе стратегическими партнерами Азербайджана наряду со странами СНГ, несомненно, станут промышленные развитые страны Запада и Востока.

Азербайджан по многим видам макроэкономических показателей в последние годы стабильно занимает лидирующие позиции среди стран СНГ и во всем мире. Несмотря на то, что финансовый кризис в мире негативно отразился на темпе развития многих стран уже в 2008 году, в Азербайджане экономика страны возросла почти на 11 %. В стране успешно проведено ряд приоритетных направлений реформ по развитию экономики, реализованы десятки крупных нефтегазовых, промышленных и инфраструктурных проектов. Кроме того, за этот период объем вложения инвестиционных ресурсов регионов Азербайджана составил – 8.4 млрд. дол. США. С целью улучшения благосостояния людей, усиления занятости, снижения уровня безработицы и бедности создано 766 тысяч рабочих мест в разных регионах страны. По оценке Всемирного экономического форума за 2010–2011 гг. (по индексу глобальной конкурентоспособности) Азербайджан занимает 57 место среди 133 стран мира, обогнав Бразилию (58), Словакию (60), Турцию (61), Россию (63), Казахстан (72), Украину (89), Грузию (93), Сербию (96) и другие страны. Однако в связи с падением цен на нефть и усилением влияния последствий финансового кризиса на экономику Азербайджана, прослеживается необходимость диверсификации многих основных макроэкономических показателей доходных частей бюджета и структуры внешнеторгового оборота.

Экономика Азербайджана имеет нефтяные доминантные преимущества, а также конкурентоспособную продукцию нефтехимической, металлургической, электротехнической и других отраслей. Конкурентоспособность страны сильно зависит от цены на нефть на мировом рынке, в условиях незавершенности диверсификации доходных частей бюджета и отсутствия роста результатов в других отраслях, особенно в промышленности. Для сравнения, запас прочности государственных бюджетов ряда стран в условиях глобальной конкуренции выглядит следующим образом: Казахстан – 59 дол. США/баррель, Иран – 90 дол. США/баррель, Ирак – 111 дол. США/баррель, Катар – 24 дол. США/баррель, Кувейт – 33 дол. США/баррель, Ливия – 47 дол. США/баррель и т. д. Азербайджану необходимо уделять особое внимание диверсификации экономики страны, чтобы уменьшить влияние зависимости от цены нефти на мировом рынке, поэтому усиление стратегического партнерства с традиционными странами-партнерами, а также странами Запада и Востока является перспективным.

Сотрудничество между Азербайджаном и Украиной оценивается как стратегическое. В общем внешнеторговом обороте преимущественную долю составляют: из Украины в Азербайджан – зерно, мука, другие продовольственные товары, строительные материалы, автомобили, оборудование и машины; а из Азербайджана в Украину в основном экспортируется нефть, нефтепродукты и продукция нефтехимии. В 2012 году экспорт из Азербайджана в Украину составил 65,5 млн. дол США, а импорт 381,37 млн. дол США.

Приоритет развития экономики страны должен принадлежать модернизации промышленных и производственных мощностей, созданию современных предприятий с инновационной ориентацией, которые обеспечат выпуск конкурентоспособных продуктов и увеличат экспортный потенциал Азербайджана. Также необходимо совершенствовать нормативно-правовую базу развития конкурентоспособной среды, не допускать проявлений монополизма на внутреннем рынке, особенно, если это касается приоритетных отраслей промышленности.

К. е. н. Хвалінський С. О.

Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, м. Київ

ВПЛИВ ОПОДАТКУВАННЯ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НЕБАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В умовах сучасного розвитку глобальної економічної системи, однією із провідних тенденцій є глобалізація фінансових ринків. Ця тенденція актуалізує питання забезпечення стабільного розвитку та конкурентоспроможності національних фінансових систем. Забезпечення конкурентоздатності національної фінансової системи в глобалізованому середовищі сприяє підвищенню стійкості національної економіки в цілому за рахунок посилення ринкової ліквідності, залучення іноземного капіталу, покращення структури капіталу за рахунок збільшення частки довгострокових вкладень. Основою конкурентоздатності фінансової системи є стійкість та динамічний і гармонійний розвиток її підсистем. Проте, не всі сфери фінансової системи України однаково розвинені. Більше уваги приділяється трансформації і розвитку банківського сектору, а небанківські сектори, такі як страхування, недержавні пенсійні фонди та фондові ринки, залишаються поза увагою. В Україні цей сегмент займає 7 % від всього фінансового ринку (за активами). Такий стан справ зумовлений браком знань учасників ринку про фінансові продукти, відсутністю розвинутої інфраструктури, недовірою до вітчизняних інституцій, пасивною роллю держави. Одним зі шляхів стимулювання розвитку небанківських секторів є використання податкових важелів. Світовий досвід свідчить, що послаблення податкового тиску може позитивно вплинути на розвиток цього сегменту фінансового ринку, збільшити залучення капіталовкладень, стимулювати приріст капіталу, збільшити стійкість і, як наслідок, підвищити конкурентоздатність.

Діяльність недержавних пенсійних фондів (НПФ) на сьогоднішній день є досить новою для України. Розвиток недержавного пенсійного забезпечення та НПФ сприяє розвитку національної економіки, зокрема ефективно впливає на позитивні зміни на ринку праці і капіталу. Так, кошти, накопичувані на пенсійних рахунках НПФ, як правило, є значним джерелом інвестицій в економіку. Тому важливим кроком з боку держави є надання податкових пільг при здійсненні недержавного пенсійного забезпечення.

Незважаючи, на існуючі податкові пільги для НПФ, основним недоліком залишається багаторазове оподаткування. Зокрема, оподаткуванню підлягають інвестиційні доходи. Для послуг, внески на які перевищують 6 тис. грн. ситуація є ще більш проблематичною, оскільки процес надання таких послуг фактично оподатковується на кожному із трьох етапів функціонування НПФ (сплата внесків, інвестиційна діяльність НПФ, виплата пенсій). Також не врегульовано питання про оподаткування податком на додану вартість операцій з надання послуг НПФ у сфері недержавного пенсійного забезпечення.

Світова практика свідчить, що найефективнішим податковим стимулом НПФ є оподаткування пенсійних послуг на етапі здійснення виплат споживачам. Для цього діяльність установ, що надають такі послуги, має бути чітко звільнена від оподаткування податком на прибуток підприємств (але лише в частині всіх пасивних доходів). Також важливо чітко закріпити статус пенсійних фондів, як юридичних осіб, які не є платниками податку на додану вартість, врегулювати питання щодо оподаткування НПФ дрібними податками, що супроводжують господарську діяльність установи. Адже, в законодавчому порядку встановлено обов'язкове стягнення сум заборгованостей перед бюджетом і цільовими фондами, що значно ускладнює роботу фондів, оскільки будь-яка заборгованість може призвести до арешту активів. В результаті цього фонди можуть недоотримати доходи для своїх учасників. Тому, слід в законодавчому порядку встановити обмеження щодо арешту активів НПФ.

Страхові компанії (СК) забезпечують стимулювання довгострокових заощаджень та інвестування значних коштів в державний та приватний сектори національної економіки. Виконуючи роль фінансових посередників, СК стають важливим довготерміновим джерелом коштів, сприяючи розвитку ринків капіталу. СК грають важливу роль в забезпеченні фінансової безпеки клієнтів і можуть навіть бути джерелом привабливих умов кредитування (у випадку зі страхуванням життя). Із введенням в дію з 01 січня 2011 року «Податкового кодексу України» почалися суттєві зміни у фінансовій стороні діяльності СК. Окрім низки позитивних моментів, новий закон містить декілька дискусійних положень. Так, включення в дохід суми зменшення розміру страхових резервів у порівнянні зі сформованими резервами на кінець попереднього звітного періоду викликає запитання, оскільки відбувається розрив у часі між формуванням резервів та їх оподаткуванням. Інакше кажучи, коли результати діяльності компанії є кращими, збір платежів зростає і відповідно збільшується розмір резервів, тоді податок на резерви не сплачується. Якщо зменшується надходження страхових платежів або страхова компанія припиняє діяльність, то платежі, резерви та доходи

зменшуються, і виникають підвищені податкові зобов'язання, розмір яких спланувати неможливо, а це, в свою чергу, зменшить реальну можливість сплатити податковий платіж. Також новий Податковий кодекс передбачає зміну 3 % податку зі страхових премій на податок з прибутку (21 %). І хоча на 2012 р. СК отримали відстрочку на введення цієї норми, частина учасників ринку побоюється збільшення адміністрування цього податку. Водночас інші вважають, що компаніям, які здійснюють великі виплати, переведення на загальну систему оподаткування є вигідним, оскільки знижує їхні відрахування до бюджету в рази. Таким чином, можливим наслідком запровадження нових норм буде вихід дрібних і неефективних СК з ринку страхування, що, в свою чергу, підвищить якість послуг і позитивний вплив на економіку.

Фондовий ринок України все ще не може стати альтернативним джерелом залучення коштів для підприємств в той час, коли банківські кредитні ресурси є недоступними для значної частини юридичних осіб. В такому випадку держава може відіграти роль в стимулюванні розвитку фондового ринку здебільшого шляхом проведення приватизації державних підприємств через фондові біржі, чи використовуючи певні податкові стимули, що заохочуватимуть компанії-резиденти до виходу на ринок цінних паперів. До таких стимулів можна віднести запровадження податкових «знижок» на певний період часу (2–3 роки) для компаній, що почали котируватися на фондових біржах. Можна скасувати оподаткування бондів, випущених місцевими органами державної влади. Однак, специфіка українського фондового ринку вимагає окрім стимулювання його розвитку жорсткого контролю за його функціонуванням, оскільки операції на фондовому ринку часто використовують для мінімізації податків. Так, тільки 10,7 % операцій з цінними паперами проводяться через біржові механізми. Загальний обсяг договорів, виконаних торговцями цінними паперами у 2011 році, становив 2,2 трлн. грн., з них тільки на 235 млрд. грн. було укладено договорів на біржовому ринку. Водночас за таких великих оборотів оператори фондового ринку демонструють надвелику збитковість. У минулому році частка збиткових операцій, за офіційною звітністю операторів, сягає в середньому 73 %. Справа в тому, що часто негативний фінансовий результат з торгівлі цінними паперами є витратами на придбання цінних паперів (не проданих наразі), у минулих податкових періодах, та не є від'ємним значенням об'єкта оподаткування з податку на прибуток. Тому ДПСУ цілком справедливо наполягає на врахуванні платниками податків лише 25 % негативного результату від операцій з цінними паперами та деривативами у попередні періоди. Важливо мати на увазі, що розвиток фондового ринку – це не лише зростання обсягів угод, а й цивілізовані, чіткі правила гри на ньому.

Отже, конкурентоздатність фінансового ринку можлива лише за умов рівномірного розвитку його секторів. Фінансова система України виявляє разючі диспропорції в розвитку банківського і небанківського секторів. Проведене дослідження дозволило виявити що, незважаючи на потребу вдосконалення податкових інструментів, вони справляють значний вплив на функціонування небанківського ринку фінансових послуг і можуть бути використаними для стимулювання його конкурентоспроможності.

Шмідт М. Т.

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Історія людства створила різноманітні методи оподаткування і види податків, кожен з яких має свої специфічні риси, функціональне призначення і займає окреме місце в податковій системі. За формою оподаткування всі податки можна поділити на дві групи: прямі і непрямі.

Прямі податки – це податки, стягнуті в результаті придбання й акумулювання матеріальних благ, що залежать від доходу або майна, і платниками котрих безпосередньо є власники цих доходів або майна [3].

Найважливішими видами прямих податків в Україні є податок на прибуток підприємств і податок на доходи фізичних осіб.

В даний час прямі податки є одними із визначальних чинників розвитку економічної системи держави, оскільки вони пронизують всі сфери суспільного життя та поєднують в собі реалізацію економічних інтересів усіх суб'єктів національної економіки.

Прямі податки повинні відповідати наступним важливим вимогам, зокрема, повинні:

- не пригнічувати, а розвивати виробництво;
- використовуватися як державний інструмент для регулювання суспільних процесів;
- забезпечити бездефіцитний бюджет держави.

Однак, нажаль, теперішні прямі податки не відповідають жодній із цих вимог. Вони суто фіскальні, тобто односторонньо орієнтовані на здобуток коштів для бюджету і в наслідок цього не забезпечують бюджет необхідними коштами. Податки у суб'єктів господарювання повинні справлятися з прибутку і в межах прибутку. Якщо справляти більше то підприємства не зможуть забезпечити навіть просте беззбиткове виробництво, не говорячи вже про розвиток. В результаті товари навіть при безприбутковій роботі підприємства стають дорожчі імпортерів і не знаходять збуту. Підприємства несуть збитки, не відновлюють оборотний капітал, скорочують виробництво, звільняють працівників і припиняють свою діяльність [1].

В результаті виробництво і реальні доходи населення зменшуються, безробіття і ціни ростуть, збільшуються навантаження на бюджет.

Переважаання прямих податків і їх значна роль в країнах з ринковою економікою може свідчити не тільки про економічний розвиток країни, а й культуру населення, а особливо податкову культуру. Саме податкова культура впливає на ефективність стягнення податків, масштаби ухиляння від сплати, разом з іншими причинами створює умови для підвищення ролі прямих податків.

Аналіз розвитку податкових систем європейських країн свідчить про зростаючу роль прямого оподаткування, насамперед прибуткового оподаткування доходів громадян. Зростаюча податкова культура і свідомість платників прямих податків дає змогу забезпечувати сталі надходження до бюджету і використовувати податки як інструменти, що стимулюють прискорення науково-технічного прогресу, збільшення зайнятості, рівномірний розвиток територій та ін. Порівняння існуючих систем оподаткування громадян в ЄС і Україні виявляє багато суперечностей, які повинні бути вирішені найближчим часом. Основна ставка податку на доходи фізичних осіб в Україні становить 15 %, а середня ставка в європейських країнах – не менше 30 %. Проте Україна не має можливості застосовувати сьогодні більші ставки податку, оскільки доходи населення надзвичайно низькі, а протягом останніх років зменшуються на декілька процентних пунктів щороку. Удосконалення податкової системи України потребує реформування діючого податку на доходи фізичних осіб [5].

Важливим напрямом реформування національного оподаткування є перехід до оподаткування сукупного валового доходу платника податку, який включає суму доходу з усіх джерел у грошовій, матеріальній і нематеріальних формах. Досвід розвинутих країн свідчить, що система прибуткового оподаткування громадян часто охоплює і доходи від володіння житловими будинками, приміщеннями для професійного використання, сільськогосподарськими землями та будівлями. Водночас, проведення обґрунтованої політики стосовно використання дозволених вирахувань із доходу, яка б відповідала вимогам соціально-економічного розвитку держави, сприяло б зростанню нагромаджень та заощаджень населення.

За допомогою змін щодо тактики оподаткування в європейських країнах визначають правила та режими, які спрямовані на підтримку (пільги) чи покарання (штрафи) тієї чи іншої діяльності або операції чи групи платників. Широко розповсюджений тактичний інструмент – звільнення від оподаткування певних категорій платників чи видів діяльності для заохочення інвестицій та найму робочої сили. Досить розповсюдженими формами є зниження бази оподаткування, застосування знижених ставок податку [2].

Досвід країн-учасниць ЄС засвідчив, що зниження верхньої межі оподаткування, по-перше, сприяло зростанню особистих нагромаджень населення, що дало змогу використовувати звільнені від оподаткування кошти на інвестиційні цілі. По-друге, сприяло збільшенню самого споживання, що, звичайно, дало імпульс для розвитку цілих галузей економіки, зменшило запаси товарної маси, вплинуло на зниження рівня цін. Завдяки цьому зменшився рівень інфляції, зміцніла національна валюта [2].

Особливе значення щодо забезпечення стабільності й передбачуваності податкової системи України справило прийняття Податкового кодексу [4], який передбачає зменшення кількості податків, зниження ставок, утримання від внесення частих змін у податкове законодавство, проведення політики скасування необґрунтовано великої кількості пільг, що негативно впливають на формування податкових доходів бюджету і порушують принципи оподаткування.

Враховуючи об'єктивні умови та особливості розвитку національної економіки, можна обрати такі напрями щодо подальшого удосконалення системи прямого оподаткування в рамках прийнятого Податкового кодексу:

- підвищення рівня відповідальності платників податків за своєчасну і повну сплату належних до бюджету платежів, включаючи встановлення матеріальної та кримінальної відповідальності, з одночасним заохоченням і моральним стимулюванням до сплати податків;

- оптимізація співвідношення між прямими та непрямими податками, в першу чергу в напрямку узгодження та диференціації ставок прибуткового оподаткування юридичних і фізичних осіб;

- удосконалення порядку адміністрування прямих податків;

- упорядкування надання пільг юридичним і фізичним особам; ліквідація необґрунтованих пільг щодо прибуткового оподаткування, які деформують вартісні показники в економіці та знижують конкурентоспроможність виробників.

Отже, здійснення послідовної податкової політики з усвідомленням стратегічної мети економічної інтеграції України – приєднання до європейських організацій – сприятиме виходу її економіки з глибокої кризи і забезпечить умови для поступового зростання.

Список використаних джерел:

1. Загородиш А. Г. Податки та податкове планування підприємницької діяльності: монографія / А. Г. Загородиш, А. В. Єлисеєв. – Львів: Центр Бізнес-Сервісу, 2009. – 152 с.
2. Кошелева Г. Пільги в країнах ЄС і система соціального забезпечення у США / Г. Кошелева, В. Крютченко // Соціальний захист. – 2005. – № 5. – С. 41–44.
3. Лютий І. О. Податкова система: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. О. Лютий, Ю. Б. Демиденко, М. В. Романюк. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 456 с.
4. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon2.rada.gov.ua>
5. Соколовська А. М. Система податкових пільг в Україні у контексті європейського досвіду / А. М. Соколовська, Т. І. Єфременко, І. О. Луніна. – К.: НДФІ, 2006. – С. 59.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

Белецька Н. Г.

Вінницький національний технічний університет, Україна

БЕЗПЕРЕРВНА ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА РОБІТНИКІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ВИРОБНИЧОЇ БАЗИ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

За даними Світового банку, в 192 країнах світу на долю людського капіталу припадає в середньому 64 % загального багатства, на виробничі фонди – 16 % і на природні ресурси – 20 %.

Будівельна галузь органічно переплітається і є складовою соціально-економічної сфери життя людини. В Україні особа, яка шукає роботу, через брак доступного житла вимушена обмежитись вакансіями, що максимально наближені до місця її проживання. В більшості розвинених країн світу і країн ЄС це навпаки – спочатку шукається робота, потім – житло, і воно є доступним. Сьогодні будівельна галузь України навіть при наявності високого рівня безробіття відчуває гостру потребу у висококваліфікованих робітниках. Одне робоче місце в будівництві створює 6–10 додаткових робочих місць в суміжних галузях економіки. За 20 років незалежності обсяги будівництва житла не досягли навіть 50 % обсягів «кращого» 1987 року [1–4].

Щороку попит на кваліфіковані кадри у будівництві зростає і, починаючи з 2010 року, становить у середньому біля 20 тис. осіб на рік, а за прогнозом Організації роботодавців України до 2015 року потреба в робочих кадрах на вітчизняних підприємствах буде забезпечена лише до 45 %. Найбільш затребуваними є працівники, рівень кваліфікації яких відповідає 4–5 розрядам [5].

Через застарілість матеріально-технічної бази, яка більше 20 років не оновлювалась, система ПТНЗ сьогодні на спроможна підготувати робітників високої кваліфікації з інноваційною складовою. Робітники високого кваліфікаційного рівня володіють широким колом компетенцій, вміють самостійно оволодівати новими знаннями, уміннями, компетентностями. В умовах інноваційного розвитку підприємств пріоритетного значення набуває потреба постійного підвищення кваліфікаційного рівня робітників, та реалізації концепції «навчання продовж життя».

Проблемам професійного розвитку робітників з точки зору підвищення їх конкурентоспроможності присвячені роботи таких науковців, як Л. Едвінссон, Т. Пітерс, Л. Спенсер, Р. Дж. Еренберг, С. Фішер та інших зарубіжних вчених. Висококваліфіковані робітничі кадри є одним з найважливіших чинників розвитку ринкової економіки. В умовах впровадження механізму саморегулювання в будівельній галузі самі учасники бізнес-спільноти долучаються до прийняття рішення функціонування підприємств у тому числі і щодо механізму професійного навчання, яке забезпечує

підготовку робітників високої кваліфікації. За таких умов розробка механізму безперервної професійної підготовки робітників з використанням виробничої бази сучасних підприємств, є надзвичайно актуальною.

Реалізація системи модульної підготовки робітничих кадрів на виробництві, дозволяє скоротити до 50 % фінансові витрати та витрати часу, на проведення професійної підготовки. Підвищується якість, швидкість, гнучкість та мобільність навчання працівника, враховуються раніше накопичені знання та професійні навички, забезпечується вмотивованість, адресність та безперервність професійної підготовки робітничих кадрів [6].

Дані Держкомстату України свідчать про те, що кількість підготовлених в ПТНЗ робітників у 1990 році складала 376,7 тис., осіб, у 2010 році – 247,4 тис., осіб. За 20 років випуск кваліфікованих робітників скоротився на 34,3 %. При цьому випуск фахівців з вищою освітою збільшився у 1,8 рази (кількість випущених з вищих навчальних закладах III–IV рівня акредитації фахівців з вищою освітою складала у 1990 році – 365,6 тис. осіб, у 2011 році – 654,7 тис. осіб) [7; 8].

Існуюча система підготовки робітничих кадрів через систему державної професійно-технічної освіти була і залишається однією із найважливіших складових розвитку формування трудового потенціалу і тому потребує реформування.

При формуванні ідеології професійного навчання основною домінантою мають бути вимоги роботодавця. Планування додаткової потреби у робітничих кадрах за потенційними напрямками вибуття працівників здатне у повній мірі убезпечити підприємство від незапланованих витрат на пошук і підбір персоналу, вчасно реагувати на зміну внутрішніх та зовнішніх факторів господарської діяльності, що вкрай важливо для забезпечення конкурентоспроможності персоналу. Парадоксальність ситуації полягає в тому, що з однієї сторони будівельна галузь постійно зберігає потребу в робітничих кадрах, а з іншої сторони – випускники ПТНЗ не можуть працевлаштуватись після їх закінчення [9; 10].

Покращити ситуацію професійної підготовки робітників без кардинальних змін стану будівельної галузі практично не можливо. Світовий досвід розвитку ринкової економіки свідчить, що в таких випадках, коли державне управління гальмує розвиток економіки воно має бути замінене або доповнене саморегулюванням з сторони самих учасників ринку – будівельних організацій.

Саморегулювання має об'єктивні переваги перед державним регулюванням. Впровадження інституту саморегулювання в будівельну галузь забезпечує можливість активно впливати та нести відповідальність у тому числі і за якість професійної підготовки робітничих кадрів, підвищення кваліфікації своїх працівників відповідно до потреб ринку [11; 12].

Список використаних джерел:

1. Белецька Н. Г. Негативні тенденції демографічних процесів в Україні / Н. Г. Белецька, В. Р. Сердюк // Економіка: проблеми теорії та практики: збір. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – Вип. 248 : в 6 т. – Т. IV. – С. 1335–1342.

2. Белецька Н. Г. Професійне навчання робочої сили в аспекті розвитку будівельної галузі / Н. Г. Белецька // Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин: збір. наук. праць КНУБА. – К., 2011. – Вип. 23. – С. 13–19.
3. Белецька Н. Г. Гендерні аспекти ринку праці / Н. Г. Белецька // Економіка: проблеми теорії та практики: збір. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – Вип. 262 : в 12 т. – Т. 1. – С. 19–33.
4. Белецька Н. Г. Малий та середній бізнес в забезпеченні продуктивної зайнятості / Н. Г. Белецька // Економіка і регіон: Науковий вісник. – Полтава: ПНТУ ім. Юрія Кондратюка. – 2010. – № 2 (25). – С. 168–172.
5. Белецька Н. Г. Забезпечення житлом як вагомий фактор народжуваності / Н. Г. Белецька // Економіка: проблеми теорії та практики: збір. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – Вип. 259 : в 7 т. – Т. V. – С. 1322–1329.
6. Белецька Н. Г. Модернізація професійної підготовки робітничих кадрів в галузі будівництва / Н. Г. Белецька // Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин: збір. наук. праць КНУБА. – К.: КНУБА. – 2010. – Вип. 24 : у 2 ч. – Ч. 1. – С. 54–63.
7. Белецька Н. Г. Проблеми забезпечення ринку робітничих кадрів будівельної галузі України / Н. Г. Белецька // Придніпровський науковий вісник. – Дніпропетровськ. – 2011. – № 9 (119). – С. 13–20.
8. Белецька Н. Г. Модернізація професійної підготовки робітничих кадрів в галузі будівництва / Н. Г. Белецька // Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин: зб. наук. праць. – К.: КНУБА, 2011. – Вип. 24 : у 2 ч. – Ч. 1. – С. 37–46.
9. Белецька Н. Г. Пріоритетні напрямки кадрового забезпечення будівельного ринку / Н. Г. Белецька, В. Р. Сердюк / Сучасні технології, матеріали і конструкції в будівництві: наук.-техн. збір. – Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2010. – № 1 (8). – С. 112–117.
10. Белецька Н. Г. Деякі проблеми підготовки робітничих кадрів будівельної галузі у системі професійно-технічної освіти / Н. Г. Белецька / XI Міжн. наук. практ. конф. студ., аспір. і молод. вчених «Розвиток економічних відносин суб'єктів господарювання в пост-кризовий період: прогнози та перспективи» (м. Київ 25–26 квітня 2012р). – К.: Київський економічний науковий центр, 2012. – С. 76–78.
11. Белецька Н. Г. Інноваційні технології професійної підготовки та перепідготовки кваліфікованих робітників в будівельній галузі / Н. Г. Белецька // Теоретичні та практичні аспекти наукових досліджень: збір. наук. праць. – К.: НАИРИ, 2012. – С. 55–57.
12. Сердюк В. Р. Сучасні проблеми ринку праці та його соціально-економічні наслідки / В. Р. Сердюк, Н. Г. Белецька / Сучасні технології, матеріали і конструкції в будівництві: наук.-техн. збір. – Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2012. – № 2 (10). – С. 111–117.

Двірник І. Б.

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СПРАВЛЯННЯ ПДВ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Податок на додану вартість (далі – ПДВ) виконує яскраво виражену фіскальну функцію. ПДВ домінує серед непрямих податків, що надходять до бюджету. Особливість цього податку полягає в тому, що саме він справляє значний вплив на фінансово-господарську діяльність суб'єктів господарювання та на їхній фінансовий стан. Діючий порядок обчислення, справляння і адміністрування ПДВ в Україні регламентується Податковим Кодексом України [6].

Проблеми функціонування та реформування ПДВ в Україні досліджувалися таким провідними науковцями, серед яких: В. В. Баліцька, Е. В. Дмитренко, В. М. Мельник, О. В. Солдатенко, В. В. Парнюк, Ю. В. Ярмоленко та ін. Проте, незважаючи на данні дослідження, ряд проблемних аспектів оподаткування доданої вартості потребують подальших глибоких і системних досліджень.

Метою даного дослідження є з'ясування основних проблем, які виникають при справлянні ПДВ та розроблення на цій основі пропозицій по їх вирішенню.

Слід звернути увагу, що варіант обчислення ПДВ, який застосовується в Україні, допускає оподаткування перенесеної вартості, а також подвійне оподаткування. Це зумовлено тим, що ставки ПДВ установлюються на оподаткований оборот, який включає вартість матеріальних витрат (перенесену вартість), а також попередньо включені у вартість товарів (робіт, послуг) податки. Практика оподаткування доданої вартості в Україні свідчить про досить напружену ситуацію в даному сегменті податкових відносин, адже ефективна ставка ПДВ набагато менше номінальної, що зумовлено недосконалістю сучасного механізму розрахунку податкових зобов'язань, наявністю численних і не завжди економічно обґрунтованих пільг. Особливо гострими та постійними проблемами є своєчасне відшкодування ПДВ, а особливо для експортно-орієнтованих виробників, наявність можливостей використання ПДВ для приховування реальних доходів.

В Україні подальше адміністрування ПДВ є проблемним – ряд політиків та науковців радять відмінити цей податок і замінити його податком з обігу. Головна причина – бюджетне відшкодування, яке на сьогодні є проблемою. Можливість привласнити у значному розмірі бюджетні кошти (у вигляді бюджетного відшкодування) та можливість державних службовців отримати винагороду (хабар) за здійснення бюджетного відшкодування – є вкрай привабливими перспективами за економічних умов проживання більшості громадян (27 % населення проживає за межею бідності, а 70 % – на межі). Але ПДВ є обов'язковим податком в країнах ЄС, до яких бажає приєднатися й Україна, і відміна його є кроком назад від інтеграції до європейського податкового поля [2, с. 109].

В останні кілька років гостро постала проблема заборгованості бюджету по відшкодуванню ПДВ. Досить часто підприємства спеціально незаконно створюють ситуацію, коли держава повинна їм відшкодувати ПДВ. Для цього розробляються і впроваджуються спеціальні схеми, єдиною метою яких є формування від'ємного значення по зобов'язаннях з ПДВ. Важливою складовою цих махінацій є діяльність фіктивних фірм, які виписують фальшиві податкові накладні, що дають право легальному підприємству на збільшення свого податкового кредиту [4, с. 4].

Значною проблемою, яку необхідно вирішити найближчим часом, є створення дієвого механізму попередження незаконного повернення цього податку, адже застосування незаконних схем відшкодування ПДВ при здійсненні експортних операцій породжує проблему виведення капіталу з економіки країни.

Отже, дослідивши недоліки функціонування ПДВ за можливе запропонувати напрями вдосконалення механізму справляння ПДВ [2, с. 57]:

- спростити механізм справляння податку на додану вартість, а саме – виключити з бази оподаткування інші податки і збори та обов’язкові платежі;
- змінити дату виникнення податкового зобов’язання і відповідно податкового кредиту;
- посилити контроль за здійсненням відшкодування ПДВ з бюджету;
- обмежити перелік пільг, залишити тільки пільги, що стосуються предметів першої необхідності.

Отож, ми вважаємо, що основною проблемою справляння ПДВ в Україні є відсутність дієвого механізму щодо повернення надміру сплаченого ПДВ. З набраним чинності Податковим кодексом виникла низка питань, що потребують з’ясування. Зокрема, йдеться про процедуру бюджетного відшкодування ПДВ та шляхи її адаптації до умов цього Кодексу, тому потрібно створити новий механізм щодо повернення надміру сплаченого ПДВ і значно посилити контроль за цією процедурою.

Список використаних джерел:

1. Баліцька В. В. Особливості формування та руху ПДВ у державному бюджеті та господарському обороті підприємств / В. В. Баліцька, О. В. Короткевич // Економіка і Прогнозування. – 2007. – № 2. – С. 57–73.
2. Дмитренко Е. Удосконалення механізму адміністрування та відшкодування ПДВ як один із чинників забезпечення фінансової безпеки України / Е. Дмитренко // Вісник прокуратури. – 2007. – № 8. – С. 109–113.
3. Мельник В. М. Податок на додану вартість у податковій системі / В. М. Мельник, О. В. Солдатенко // Фінанси України. – 2006. – № 9. – С. 85.
4. Парнюк В. Регулююча функція ПДВ / В. Парнюк // Економіка України. – 2007. – № 6. – С. 4–16.
5. Ярмоленко Ю. Проблеми бюджетного відшкодування ПДВ в Україні: нормативні колізії та зловживання платників податків / Ю. Ярмоленко, В. Довгалюк // Світ фінансів. – 2008. – № 1 (14). – С. 140–147.
6. Податковий Кодекс України від 17.11.2011 № 4057-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon2.rada.gov.ua/>
7. Головне управління статистики у Львівській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/report/express_2009.php?ind_page=express

Мисько Н. В.

Харківський національний економічний університет, Україна

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

У економіці України присутні галузі, потенційно конкурентоздатні як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках (в першу чергу виробництва п’ятого технологічного укладу). Реалізація конкурентних переваг продукції цих галузей (наявність неавантажених технологічно ефективних потужностей, кваліфікованих кадрів, науково-технічних заділів і тому подібне) гальмується недосконалістю ринкових механізмів.

У цих умовах першочерговими завданнями державної промислової політики стають:

- підвищення інноваційної активності і заохочення розвитку високотехнологічного виробництва;
- стимулювання економічного зростання і підтримка виробництв імпортозаміщуючої продукції;
- припинення прямого і непрямого субсидування неефективних підприємств, підвищення дієвості інституту банкрутства, реструктуризація неефективно працюючих підприємств;
- стимулювання процесів реструктуризації і реформування підприємств, підвищення їх ефективності при всемірному сприянні розвитку малого і середнього бізнесу;
- підвищення ефективності природних монополій шляхом: забезпечення більшої інформаційної прозорості їх господарської діяльності; організаційного розділення природно-монопольних і немонопольних структурних підрозділів; формування конкурентного середовища в не монопольних структурах: забезпечення контролю за підтримкою необхідного рівня інвестиційної активності в інноваційній сфері.

Характерною рисою сучасної економіки є збереження значної кількості підприємств, що випускають об'єктивно неконкурентоспроможну продукцію, їх штучна підтримка безпосередньо або побічно з бюджетів різних рівнів.

Важливим завданням є реструктуризація підприємств, що перш за все відносяться до державного сектора. Політика держави в цій області має бути направлена на підвищення ефективності використання активів підприємства, проведення реструктуризації заборгованості, створення більш дієвих механізмів зміни неефективних власників і менеджерів, захист інтересів кредиторів та інвесторів.

Процеси реформування підприємств повинні підтримуватися забезпеченням необхідних умов для підвищення їх конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості шляхом вдосконалення нормативного правового забезпечення майнової, фінансової, технологічної і управлінської реструктуризації, розвитку корпоративного управління, інформаційного забезпечення і моніторингу вказаних процесів в галузях і регіонах.

Поліпшення загальних умов господарювання, формування адекватних сучасним завданням інститутів ринкової інфраструктури і, перш за все надійних фінансових установ, державна підтримка пріоритетних інвестиційних проектів, ефективний захист прав інвестора, що знижує до мінімуму інвестиційні ризики, створення сприятливого інвестиційного клімату, передбачають проведення активної інвестиційної політики держави.

Вирішення завдань інвестиційного розвитку багато в чому повинне спиратися на вже створені механізми та інструменти державної інвестиційної політики, наявне законодавче забезпечення інвестиційної діяльності вітчизняних й іноземних інвесторів, механізми державної підтримки високоефективних інвестиційних проектів, що швидко окупаються.

Забезпечення структурних зрушень в економіці має бути доповнене заходами для подолання основних проблем, в першу чергу, в промисловості:

- збереження і розширення пропозиції продукції машинобудування за рахунок підвищення її якості, надійності і цінових переваг на ринках, де спостерігається підвищення платоспроможного попиту і перш за все на ринках виробничого устаткування експортоорієнтованих галузей і енергетики, а також для галузей кінцевого вжитку. Для експортоорієнтованих галузей важливим є збереження завойованих позицій на традиційних зовнішніх ринках і розширення географії експорту. Цей напрям забезпечуватиметься, в першу чергу, заходами, пов'язаними з модернізацією виробничих потужностей і впровадженням передових технологій, підвищенням технологічної дисципліни виробництва, посиленням технічного контролю і впровадженням сучасних систем якості, сертифікацією продукції і виробництв, розвитком дилерської мережі, проведенням активної реклами продукції, розширенням вживання лізингових схем;

- збільшення долі конкурентоспроможної продукції в загальному обсязі виробництва на основі використання сучасних і новітніх технологій. Цей напрям повинен забезпечуватися розробкою нових видів продукції, технологій, матеріалів, використанням наявного науково-технічного заділу і нових результатів фундаментальних і прикладних досліджень, активізацією процесів модернізації і реконструкції виробництва на базі вітчизняного машинобудування. Широке вживання отримують технології подвійного призначення, включаючи технології здобуття нових матеріалів, мікроелектроніку, інформаційні технології, технології високоефективних теплових двигунів, високопродуктивного промислового устаткування, устаткування для захисту довкілля та ін.

Концентрація бюджетних коштів, призначених для фінансування наукових досліджень і дослідно-конструкторських розробок у промисловості повинна здійснюватися в рамках комплексних загальнодержавних цільових програм. У їх рамках повинні забезпечуватися:

- формування перспективних науково-технічних заділів;
- чітка орієнтація прикладних НДДКР та інновацій на вирішення найбільш актуальних завдань підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників;
- безперервність циклу створення і освоєння нової техніки (промислової продукції);
- залучення коштів з позабюджетних джерел для створення наукоємних виробництв;
- максимальна ефективність бюджетних асигнувань.

До методів економічної дії держави на витрати, що формують конкурентоспроможність продукції слід віднести:

- амортизаційну політику;
- інвестиційну політику;
- вдосконалення законодавчих і правових актів;
- податкове регулювання;
- сертифікацію продукції і виробництва;

- розвиток міжрегіональної і зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств;
- митну політику;
- систему державного страхування;
- участь в міжнародному розподілі праці;
- розробку національних програм щодо забезпечення конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників.

Таким чином до основних аспектів економічного регулювання конкурентоспроможності продукції підприємств з боку держави, тобто дії на постійні і змінні витрати підприємства, відносяться: амортизаційна; інвестиційна політика; податкове регулювання; розвиток міжрегіональної і зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств; сертифікація продукції і виробництва. Стратегія розвитку конкурентоспроможності промислової продукції повинна передбачати активне використання як методів прямого, так і непрямого (економічного) державного регулювання, що створюють основи для досягнення поставлених стратегічних цілей і вирішення тих питань, які не можна ефективно вирішувати лише з використанням методів ринкового саморегулювання.

Мороз Н. В., д. т. н. Столярчук П. Г.

Національний університет «Львівська політехніка», Україна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР ЯК УСПІХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРОКОМПЛЕКСУ

Для забезпечення конкурентоспроможності країни, виходу на світовий ринок та приєднання до Європейського Союзу є підвищення якості вітчизняної продукції. Необхідні наукові роботи, які спрямовані на гармонізацію з міжнародними та європейськими стандартами, з вимогами Директив ЄС, на продукцію, яку Україна може експортувати. На методи контролю якості і безпеки цієї продукції та на продукцію, яка виготовляється за найновішими технологіями.

Протягом останніх років важливим є вихід на ринок продукції агросфери належної якості. Сучасний стан розвитку зернового господарства України характеризується низьким рівнем виробництва та погіршенням якості зерна. Розвиток зернового господарства є не тільки забезпечення населення продуктами харчування, а й зростання ефективності виробництва інших видів продукції сільського господарства. В таких умовах особливо актуальними стають питання щодо забезпечення якості зернових культур та їх ефективне використання, оскільки вони мають вплив на конкурентоспроможність державного сектору.

При вирощуванні зернових культур основна увага повинна бути зосереджена на одержанні зерна належної якості, показники якого відповідали б вимогам стандартів.

З підвищенням якісної врожайності необхідно зосередити увагу на програмне забезпечення з метою отримання первинної інформації про фізико-хімічні і агрохімічні показники у різних частинах поля.

Аналізуючи сучасні напрямки у технології виробництва зернових культур, необхідно приділити належну увагу на розроблення програми обстеження ґрунтів для збільшення заготівель зерна високої якості.

Існує низка проблем, які недостатньо вирішені. Серед них – визначення найоптимальнішої для якісного збільшення виробництва і найефективнішої для забезпечення максимального виходу продукції належної якості. Доцільно було б врахувати, що одна з основних причин конкурентоспроможності якості зернових культур є створення програмних моделей, які формують прогнозовану якісну врожайність зернових культур.

Сьогодні існують сучасні напрями програмування врожайності, котрі на різних етапах життєвого циклу допомагають аналізувати та оцінювати якість зернових культур, однак вони лише частково виконують завдання забезпечення їх належної якості. Потреба щодо програмної моделі передбачає комплекс дій, в першу чергу оптимальне кількісне поєднання керованих факторів з урахуванням некерованих погодних умов, які в системі технологічного процесу забезпечують одержання планової і якісної врожайності при раціональному наявних ресурсів.

Створення програмних моделей для оцінки якості зернових культур дає наступні можливості [1]:

- вибрати модель, яка здатна забезпечити найбільш об'єктивні значення врожайності та якості зернових культур на основі реальних чинників для кожної земельної ділянки;
- оперативно корегувати модель при зміні певних чинників;
- вдосконалювати моделі на підставі реально отриманих результатів;
- отримати ефективні інструментальні засоби для оцінки врожайності та якості зернових культур;
- істотно полегшити пошук способів та засобів для підвищення врожайності та якості зернових культур.

Програмна модель передбачає отримання і обробку інформації про стан посівів та факторів навколишнього середовища, оцінку інформації та практичної реалізації прийнятих рішень.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності забезпечення поліпшення якісних характеристик зернової продукції необхідно:

- удосконалювати систему техніко-технологічних і агротехнічних заходів виробництва зерна та його збуту;
- впроваджувати у виробництво нові енергозберігаючі технології вирощування, транспортування, зберігання, переробки й реалізації зерна;
- здійснювати належний контроль за якістю зерна на всіх етапах його виробництва та збуту;

- впроваджувати у виробництво нові високоврожайні сорти й гібриди зернових культур;
- розроблювати прогностичні програми якісного виробничого процесу, формувати інформаційні бази даних;
- створювати комп'ютеризовані експертні системи.

Тому, підвищення якісних параметрів виробництва зерна сільськогосподарськими підприємствами – одна з найактуальніших проблем сільського господарства на даному етапі. Вирішення проблем конкурентоспроможності, в контексті забезпечення якості зерна у багатоплановій діяльності сільськогосподарських підприємств, мають бути не поточними чи тактичними, а довготривалими, стратегічними – від досліджень до моделювання, дослідного й серійного виробництва та випробування, контролю якості, поставок матеріальних ресурсів з їх вхідним контролем – до зберігання, транспортування і збуту, тобто розв'язуватися на всіх етапах проходження продукції від виробника до споживача.

Список використаних джерел:

1. Мороз Н. В. Програмування врожайності та якості зернових культур / Н. В. Мороз // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». «Комп'ютерні системи та мережі». – Львів, 2011. – № 717. – С. 105–107.

Ольшанцева Т. О., д. е. н. Бритченко И. Г.

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна

МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Жорстка конкурентна боротьба на ринку освітніх послуг вимагає від Вищих навчальних закладів (ВНЗ) пошуку нових засобів цієї боротьби. Якщо в минулому при виборі ВНЗ абітурієнт надавав перевагу якісному складу викладачів, забезпеченості підручниками та посібниками, рівнем технічного оснащення навчального процесу, то вже зараз висувуються нові, більш жорсткі вимоги. Сьогодні, важливого значення для абітурієнтів набувають гнучкість навчальних планів та мобільність навчальних програм здатних забезпечити молодому фахівцю конкурентні переваги на ринку праці.

Значну увагу конкуренції в галузі надання освітніх послуг приділяли В. Базилевич, О. Виноградова, В. Євтушевський, О. Кратт, Т. Литвиненко, Р. Пікус, Л. Руденко, А. Старостіна, А. Томпсон, Р. Фатхутдінов, О. Федірко, Д. Черваньов, А. Черняк, В. Швець, А. Шегода, Й. Шумпеттер та ін. Однак, питання формування конкурентних переваг ВНЗ на ринку освітніх послуг залишаються дискусійними.

Конкуренція на ринку освітніх послуг являє собою сукупність процесів, взаємодій та загальної боротьби між існуючими та потенційними суб'єктами ринкових відносин на ринку освітніх послуг з метою отримання максимально вигідних позицій у відповідності до поставленої мети. Вона є рушійною силою розвитку економіки,

могутнім стимулом для розвитку науково-технічного прогресу. Конкуренція забезпечує взаємодію попиту та пропозиції, урівноважуючи ринкові ціни.

Оскільки конкурентна боротьба на ринку освітніх послуг розвивається динамічно, тому ВНЗ повинні постійно відстежувати всі конкурентні зміни. Тільки за таких умов та правильно вибраної маркетингової стратегії, яка буде направлена на підтримку конкурентних переваг може бути досягнутий максимальний результат. Поняття конкурентоспроможності освітніх послуг є багатограним та відображає не лише аспекти діяльності ВНЗ, але і фактори, які здійснюють вплив на ринок освітніх послуг. Особливість конкурентоспроможності ВНЗ та їх освітніх послуг полягає в тому, що надана послуга може бути оцінена лише через декілька років після її отримання, а у визначений час конкурентоспроможність базується на основі конкурентоспроможності випускників минулих років та ситуації на ринку праці, що склалася на даний час. Це суттєво ускладнює можливість ретельного оцінювання конкурентоспроможності ВНЗ.

Конкурентоспроможність ВНЗ на ринку освітніх послуг може регулюватися різними методами або прийомами. До прийомів підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг, в науковій літературі, в основному відносять сукупність цінових і нецінових методів забезпечення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність освітніх послуг та професійних програм багато в чому залежить від конкретних умов, що складаються на ринку освітніх послуг (стан освітнього ринку, асортимент освітніх послуг, ціни, умови оплати та ін.). Іноді ВНЗ достатньо запропонувати більш пільгові умови оплати, щоб освітня послуга набула широкого розповсюдження.

ВНЗ використовують цінові методи для представлення нових освітніх продуктів на ринку освітніх послуг, а також для зміцнення позицій у разі раптового загострення проблеми збуту. При безпосередньо ціновій конкуренції ВНЗ широко використовують механізм зниження цін, або намагаються запропонувати альтернативні способи вирішення даної проблеми. Так, наприклад дистанційне навчання може бути такою альтернативою, оскільки його собівартість є меншою ніж очної чи заочної форми освіти. Також ВНЗ можуть використовувати метод прихованої цінової конкуренції. Так, ВНЗ виводять на ринок освітніх послуг новий освітній продукт чи послугу з поліпшеними споживчими властивостями, при чому залишаючи ціну майже незмінною.

До основних прийомів підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг відносять сукупність нецінових методів забезпечення конкурентоспроможності.

1. Методи забезпечення конкурентоспроможності за рахунок поліпшення різних споживчих характеристик і підвищення споживчої цінності освітніх послуг (диференціація послуг). Диференціація товару з орієнтацією на поточний незадовільний попит і перспективний прогноз в освітніх послугах, тобто впровадження нових типів послуг. Диференціація споживчих властивостей вже існуючої послуги. Диференціація каналів збуту послуги – залучення нових категорій студентів.

2. Методи підтримання наявного рівня конкурентоспроможності та переорієнтація ВНЗ на нові рівні.

3. Методи впливу на існуючих та потенційних конкурентів. Для забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ на ринку освітніх послуг, важливим стратегічним завданням постає випередження конкурентів у розробці та освоєнні нових освітніх послуг та програм, педагогічних технологій, рівня професійної підготовки, цінової політики, нововведень в організації навчання, деталізації освітніх напрямків. Вивчення конкурентного середовища вимагає систематичного спостереження за головними конкурентами, не випускаючи з уваги і потенційних конкурентів.

Отриману інформацію доцільно зберігати в спеціальних банках даних. Аналіз інформації та її інтерпретація дозволяють дати обґрунтовану оцінку кожного з факторів конкуренції та охарактеризувати положення ВНЗ на ринку освітніх послуг по його відношенню до конкурентів.

Також, до впливових методів підвищення конкурентоспроможності ВНЗ можна віднести наступні:

- пропаганда і контрпропаганда у відношенні конкурентів;
- збір інформації про конкурентів, так звана економічна розвідка, на основі аналізу якої ВНЗ здатні змінювати свою маркетингову стратегію;
- протидія аналогічним діям з боку конкурентів;
- забезпечення підтримки своєї трудової діяльності з боку державних органів та громадськості;
- прийом на роботу співробітників з конкуруючого освітньої установи з метою зменшення конкурентних переваг установи-конкурента.

Конкурентоспроможність освітніх послуг ВНЗ є головним показником ефективності його функціонування. Для збереження позицій у конкурентній боротьбі на ринку освітніх послуг ВНЗ повинні користуватися сучасними методами маркетингу, що дозволить вірно оцінити положення освітньої установи відповідно до положення її конкурента на даному ринку. За таких умов конкурентоспроможність освітніх послуг автоматично буде впливати і на конкурентоспроможність ВНЗ в цілому.

Список використаних джерел:

1. Бузько І. Розвиток ринку освітніх послуг в Україні в умовах глобалізації / І. Бузько // Економіст. – 2007. – № 8. – С. 28–33.
2. Оболенська Т. Є. Особливості маркетингу освітніх послуг / Т. Є. Оболенська, Н. В. Жигонька // Економіка та підприємництво: зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів; ред. С. І. Дем'яненко. – К.: КНЕУ, 2000. – Вип. 5. – 227 с.
3. Панкрухин А. П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: учеб. пособ. / А. П. Панкрухин. – М.: Интерпракс, 1995. – 240 с.

Прокопець Л. В.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

На сьогодні важливу роль для України відіграє сільське господарство, розвиток якого в свою чергу, залежить від активної державної підтримки. Саме держава прийняттям законів усуває негативні тенденції та сприяє позитивній динаміці розвитку сільського господарства. Як свідчить зарубіжний досвід, державна підтримка є обов'язковим компонентом аграрної політики.

Питання необхідності державної підтримки, пошуку джерел фінансування аграрного сектору, зокрема сільськогосподарських підприємств неодноразово висвітлювалась у працях таких науковців, як М. Дем'яненко, П. Саблука, В. Ситника, О. Шпиचाка, В. Андрійчука, В. Месель-Веселяка, С. Кваша. Однак, незважаючи на високий рівень дослідження, існує чимало проблемних питань, які вимагають подальшого вивчення.

Після вступу України до світової організації торгівлі, посилюються вимоги до сільськогосподарської продукції, яку зможуть виготовляти тільки конкурентоспроможні підприємства. Саме такі підприємства зможуть використовувати переваги міжнародного співробітництва у інвестуванні, кредитуванні, сертифікації, страхуванні, науково-технічному забезпеченні сільськогосподарського виробництва та реалізації продовольчих товарів. Однак, підприємства не зможуть досягти відповідного рівня конкурентоспроможності без втручання держави.

Нині в Україні державна підтримка сільського господарства регулюється Законами України «Про державну підтримку сільського господарства України», «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року», Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року», Указами Президента України «Про заходи щодо забезпечення формування та функціонування аграрного ринку» (2000 р.), «Про заходи щодо розвитку аграрного ринку» (2004 р.), «Комплексною програмою підтримки села на період до 2015 року». Цільове програмне фінансування здійснюється на основі Закону України «Про державний бюджет України», згідно з яким у 2012 році на пряму підтримку сільського господарства планувалося витратити лише 33 % загального обсягу аграрного бюджету, що є одним з найнижчих показників за останні роки. Для порівняння, в 2007 р. і 2008 р. на пряму підтримку аграріїв витрачали, відповідно, 63 % і 57 % аграрного бюджету. Якщо порівнювати в грошовому еквіваленті, то у 2012 р. витратити на пряму підтримку сільськогосподарських виробників удвічі менші, ніж у 2008 р., і на 3 % менші, ніж у 2011 р.

Як бачимо, таке фінансування галузі вкрай незадовільне і це спричинено в наслідок розпорошеності державних коштів за різноманітними програмами та окремими заходами, незабезпечення на ринку однакових економічних умов, недосконалості

механізмів підтримки, нераціонального використання бюджетних коштів, відсутності довгострокової стратегії та вибору пріоритетів ринку, ненадходження коштів до безпосереднього виробника.

Даний фактор, в свою чергу, впливає на інноваційний розвиток сільського господарства, оскільки виробники самостійно не здатні сприяти зростанню технічного рівня аграрного виробництва, впроваджувати ресурсозберігаючі та чисті технології, вводити систему консультування як з вітчизняними, так і з іноземними сільськогосподарськими виробниками [1].

Крім належного фінансування, система державної підтримки сільського господарства потребує розв'язання проблем, які стосуються страхової, кредитної та цінової діяльності.

Відсутність гнучких систем страхування підприємницьких ризиків інвесторів, спеціалізованих страхових компаній, орієнтованих на захист малого бізнесу з іноземними інвестиціями при мінімальних тарифах і податкових пільгах, достатнього страхового захисту підприємців від різних ризиків, гарантійно-заставних фондів продовжує відштовхувати інвесторів [2]. Більше того, в Україні страхування займає незначне місце у загальній системі страхування, оскільки є не розвиненим та ризиковим для страховиків і досить дорогим для підприємства. Крім того, недовіра потенційних страхувальників до страхової компанії, недостатній рівень кваліфікації працівників страхових компаній, недосконалість страхового законодавства, висока вартість страхової премії для страхувальника зумовлюють ряд причин недостатнього формування агрострахування [3].

Зокрема, таке важливе джерело фінансування як кредитна діяльність має ряд проблем. Сільськогосподарським підприємствам порівняно з підприємствами інших галузей складніше одержати доступ до кредитних ресурсів із таких причин: високі процентні ставки, низька рентабельність і нестабільний рух готівкових коштів у сільському господарстві, правове неврегулювання питань власності на землю, непрозорість ринку, відсутність стабілізаційних фондів, зовнішнього або міжнародного фінансування та страхування ризиків, уніфікованої банківської політики, неналежне управління в середовищі кредиторів [4]. Через такі фактори частка кредитів комерційних банків у загальній структурі кредитування була низькою. Зважаючи на це, в кредитній системі необхідно встановити диференційовані строки видачі короткострокових кредитів підприємствам галузей, підвищити зацікавленість комерційних банків у вкладенні кредитних ресурсів у сільськогосподарське виробництво через пільгове оподаткування, створити спеціальний кредитний фонд для покриття різниці між пільговими і діючими процентними ставками по кредитах, які надаються на пільгових умовах сільськогосподарським товаровиробникам.

Згідно із Законом України «Про державну підтримку сільського господарства України», держава здійснює регулювання гуртових цін окремих видів сільськогосподарської продукції, встановлюючи мінімальні та максимальні закупівельні ціни, а також застосовуючи інші заходи, визначені цим Законом, при дотриманні правил добросовісної конкуренції. За період 2008–2012 рр. об'єктами державного цінового регулювання були пшениця, жито, ячмінь, кукурудза, цукор, борошно, молоко сухе, гречка, масло вершкове,

горох, овес, просо. Проте встановлені обмеження не зупиняють ріст цін на стихійних ринках, що говорить про неналежне регулювання та контроль ціноутворення.

Отже, державна підтримка сільськогосподарських підприємств вкрай необхідна, однак ряд невирішених проблем відображаються на результатах її діяльності. Тому, перш за все необхідно врегулювати належне фінансування та правильний його розподіл, створити більш сприятливі умови для інвестування з метою акумуляції коштів в пріоритетні сфери діяльності підприємства, удосконалити механізм підтримки кредитування сільськогосподарських виробників, перетворити систему агрострахувань в джерело майнового захисту, регулювати ціни на сільськогосподарську продукцію не тільки сільськогосподарських виробників, а й в ланцюгах посередницьких структур. Тільки за належної державної підтримки в Україні є можливість сприяти розвитку конкурентоспроможності сільського господарства, та сільськогосподарських підприємств зокрема, на міжнародних ринках.

Список використаних джерел:

1. Дем'яненко М. Я. Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможного аграрного виробництва / М. Я. Дем'яненко, Ф. В. Іванина // Економіка АПК. – 2009. – № 9. – С. 3–9.
2. Чорна Н. П. Модернізація і реконструкція сільського господарства та села / Н. П. Чорна // Інноваційна економіка. – 2010. – № 18. – С. 163–168.
3. Дем'яненко М. Я. Проблемні питання державної політики фінансової підтримки сільського господарства / М. Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2011. – № 7. – С. 67–75.
4. Калетнік Г. М. Державна фінансова підтримка сільськогосподарських товаровиробників / Г. М. Калетнік, Н. В. Пришляк // Економіка АПК. – 2010. – № 8. – С. 52–55.

Шпенюк О. Є.

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», м. Київ

ВАЛЮТНО-КУРСОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ПОДОЛАННЯ МАКРОФІНАНСОВИХ ДЕФОРМАЦІЙ

Актуальним питанням на сьогодні для України є питання імпортозаміщення та пошуку адекватних інструментів захисту внутрішнього ринку і, відповідно, підтримки національних товаровиробників. Проте в умовах значного дефіциту торговельного балансу України, гігантських розмірів зовнішнього боргу, застарілої ресурсної бази, песимістичних настроїв у суспільстві, розкручування нового витка фінансово-економічної кризи у світі – це досить складне завдання, саме тому потрібен комплекс взаємопов'язаних та об'єднаних спільними пріоритетами заходів у різних сферах державної політики – макроекономічній, бюджетно-фіскальній, грошово-кредитній, інвестиційній та ін. – серед яких важливу роль відводять політиці регулювання валютного курсу.

Пріоритетним напрямком вважається перехід до більш гнучкого обмінного курсу гривні в межах валютного коридору, причому, на сучасному етапі із врахуванням

низки факторів, цей курс повинен бути дещо занижений. Політику послаблення гривні головним чином обґрунтовують необхідністю стимулювання національного експорту та збільшенням притоку валютної виручки в країну, а багато країн, що розвиваються, розглядають сьогодні занижений валютний курс як важливу складову динамічного зростання виробництва і зниження рівня безробіття, оскільки він дозволяє національним підприємствам отримувати вигоду від активної міжнародної торгівлі і приваблює іноземних інвесторів. Якщо поглянути з позицій довгострокових перспектив, то занижений валютний курс можна вважати одним із інструментів структурної модернізації економіки.

Д. Родрік розробив модель, в якій показав, яким чином у країнах, які активно беруть участь у міжнародній торгівлі, порушення рівноважного валютного курсу призводить до прискорення економічного зростання [3]. Агіон, Бакче та ін., розглядаючи валютний курс як фактор підвищення продуктивності праці, довели, що зміцнення обмінного курсу національної валюти справляє негативний вплив на економічний розвиток, особливо в бідних країнах [1].

В. Полтерович і В. Попов виділяють дві причини встановлення відносно низького валютного курсу: 1) слабкий рівень економічного розвитку країни зумовлює заниження цін на вітчизняні товари, обтяжуючи тим самим платіжний баланс у формі втечі капіталу та обслуговування боргів (неполітична); 2) уряд/центральный банк свідомо використовують політику недооцінки обмінного курсу національної одиниці в ролі інструменту стимулювання експортоорієнтованих галузей (політична) [2]. При цьому, вони вказують, що з теоретичного погляду, стимулювання розвитку може здійснювати як завищений обмінний курс, так і занижений, – в залежності від того, на якому етапі індустріалізації знаходиться країна: якщо на початковому, то курс повинен бути завищений для заохочення імпорту машин та обладнання, а на подальших етапах – потрібно переходити до заниженого курсу для створення захисту національних виробників та стимулів для експортерів.

Спеціалісти ООН стверджують, що утримання валютного курсу на заниженому рівні стимулює національний технологічний розвиток і сприяє непрямым чином освоєнню нових методів для проникнення на глобальні ринки. Більше того, вказують вони – конкурентний валютний курс дає змогу інтенсифікувати виробництво і в інших секторах національної економіки, оскільки експортерам вигідніше придбавати матеріали та комплектуючі вироби на вітчизняному ринку.

Заниження обмінного курсу національної валюти було стратегічним маневром промислової політики деяких азійських країн, в тому числі й «азійських тигрів», які робили ставку на експортно-орієнтований розвиток. При встановленні обмінного курсу національної одиниці у цих країнах на рівні 50–70 % ПКС, темпи зростання ВВП на душу населення становили 4–7 %, співвідношення експорту до ВВП зросло від 10 % до 40 %, (в Сінгапурі до 160 %), частка інвестицій в економіці перевищила 30 %.

На сьогодні дана політика властива багатьом країнам з ринками, що формуються, особливо Китаю, який продовжує утримувати курс юаня на гранично низькому рівні (20–25 % ПКС), нагромаджуючи при цьому валютні резерви рекордними темпами.

Для України даний напрямок валютно-курсової політики також можна вважати актуальним, оскільки в національній економіці сформувалися такі негативні тенденції: нарощення гігантського розміру негативного сальдо поточного рахунку платіжного балансу, який у 2012 році дефіцит зріс до 14,4 млрд. дол. США, або 8,0 % від ВВП, зменшення обсягу золотовалютних резервів до 24,5 млрд. дол. США, падіння зовнішнього попиту на експортовану продукцію внаслідок рецесії на світових ринках, зниження надходження інвестицій, висока вартість енергоресурсів для вітчизняної промисловості та ін. До того ж, необхідність обслуговування зовнішніх боргових зобов'язань в умовах звуження джерел рефінансування зовнішніх боргів потребує надходження до країни валюти джерелом якої є саме експорт.

В такій ситуації потрібно закладати передумови для відновлення конкурентоспроможності реального сектору економіки, особливо тих галузей, які можуть працювати на високотехнологічний експорт, забезпечуючи більш прогресивний рівень інтеграції національної економіки у міжнародний економічний простір та формуючи таким чином базу для підтримки економічного зростання. З огляду на це, девальвація гривні призведе до здешевлення українських активів для іноземних інвесторів, що може слугувати сигналом для їх входження на вітчизняні ринки.

Разом з тим, слід звернути увагу на те, що ефект від заниженого обмінного курсу має обмежену сферу дії і призводить до ряду негативних наслідків: посилення нееквівалентності зовнішньої торгівлі, зростання вартості обслуговування зовнішніх боргів, відносне зниження доходів населення, обмежуючи таким чином платоспроможний попит, зниження довіри до національної валюти і підвищення внаслідок цього доларизації економіки та ін. Тому використання девальвації як інструмента економічного зростання має свої особливості, які залежать від економічних умов у різних країнах. Так, для України проведення контрольованої, але швидкої, девальвації дозволить утримати від тотального зменшення золотовалютні резерви, знизити розмір негативного сальдо торговельного балансу та уникнути паніки на валютному ринку.

До того ж, позитивні ефекти від застосування заниженого обмінного курсу можна підсилити шляхом реалізації заходів комплексної економічної політики, яка має на меті підвищення інвестиційної привабливості національної економіки, подолання високої частки тіньового бізнесу, розвитку підприємництва та ін.

Таким чином, проведення відповідних заходів валютно-курсової політики сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національних виробників на світових ринках, що, в свою чергу, буде служити одним із імпульсів для запуску «колеса» структурної модернізації економіки та активізації процесів на внутрішньому ринку.

Список використаних джерел:

1. Aghion, Ph., Ph. Bacchetta, R. Ranciere, K. Rogoff (2006). Exchange Rate Volatility and Productivity Growth: The Role of Financial Development. Manuscript.
2. Polterovich V., and V. Popov (2004). Accumulation of foreign exchange reserves and long term growth. – In: Slavic Eurasia's Integration into the World Economy. Ed. By S. Tabata and A. Iwashita. Slavic Research Center, Hokkaido University, Sapporo, 2004.
3. Rodrik, Dani (1986). Disequilibrium Exchange Rates as Industrialization Policy. – Journal of Development Economics, 23, 1986, pp. 86–106.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

<i>Белоусов С. Н.</i> К вопросу источника правового регулирования отношений, связанных с оборотом нефтепродуктов в Российской Федерации	3
<i>Боженко А. С.</i> Теоретичні підходи до державного нагляду за перестраховою діяльністю	5
<i>Бойко Є. О.</i> Механізми управління регіональною конкурентоспроможністю	7
<i>Борецька З. П.</i> Управління якістю як необхідна умова конкурентоспроможності підприємства.....	9
<i>Власенко Є. Ю</i> Використання цінних паперів в золотовалютних резервах країни.....	11
<i>Волков И. М.</i> К вопросу послепроектного анализа оценки воздействия на окружающую среду отходов бурения скважин на территории Среднего Приобья	13
<i>Денисов К. В.</i> Інструменти державної промислової політики регулювання процесів модернізації виробничих потужностей чорної металургії в Україні відповідно до вимог СОТ.....	16
<i>Зайцева Л. О.</i> Наукові підходи щодо розгляду питань управління конкурентоспроможністю підприємства	19
<i>Зайцева Н. І.</i> Конкурентоспроможність – рушійна сила в сучасних економічних умовах.....	21
<i>Зінчик С. М., Момот О. М.</i> Поняття конкурентоспроможності як економічної категорії суспільного розвитку	23
<i>Корицька О. І.</i> Історичні аспекти інтерпретації «економічної ефективності виробництва»	26
<i>Кубіній Н. Ю., Шеверя М. Ю., Федорович О. А., Попович В. В.</i> Принципи та важелі інституалізації інноваційної діяльності	28
<i>Кузьменко О. К.</i> Формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств України.....	31
<i>Кузьменко О. К.</i> Механізм управління потенціалом розвитку торговельних підприємств.....	33
<i>Кулієвич О. Я.</i> Основи підвищення конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах.....	35
<i>Лысенко М.В., Хаматханова М.А.</i> Управление воспроизводством капитала как фактор повышения конкурентоспособности	37
<i>Лысова Е. А.</i> Конкурентоспособность предприятия: содержание понятия	43
<i>Мстоян К. В.</i> Характеристика підходів до визначення надійності банківської установи як цілісної системи	46
<i>Павлик І. Л.</i> Конкурентоспроможність підприємств торгівлі: економічний зміст та резерви підвищення.....	49

<i>Пельо А. Б.</i> Вплив віртуалізації фінансових ринків на конкурентоспроможність реального сектору економіки.....	51
<i>Пержан И. В.</i> Проблемы классического маркетинга	52
<i>Полянська А.С.</i> Аналітична діяльність як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства	55
<i>Простак С. В.</i> Підвищення конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах.....	58
<i>Прудникова Е. В.</i> Инновации как основной фактор увеличения конкурентоспособности в АПК	60
<i>Радіонова О. М.</i> Розвиток малого бізнесу в науково-інноваційній сфері як визначальний фактор конкурентоспроможності держави	63
<i>Савицкая И. М.</i> Конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности: сущность, методы, факторы и критерии оценки.....	65
<i>Свердан М. М.</i> Національна конкурентоспроможність у контексті макроекономічної безпеки держави	74
<i>Станкевич А. А.</i> Якість продукції (послуг) як економічна категорія	76
<i>Суржко С. І.</i> Реалізація національного інтересу держави на прикладі Сполучених Штатів Америки та України.....	78
<i>Філончук З. В.</i> Економічна просвіта населення як фактор розвитку інноваційної економіки	80
<i>Ханкишиев Х. А.</i> Повышение конкурентоспособности Азербайджана в современных условиях	85
<i>Хвалінський С. О.</i> Вплив оподаткування на конкурентоспроможність небанківського сектору України в умовах глобалізації.....	87
<i>Шмідт М. Т.</i> Шляхи вдосконалення прямого оподаткування в Україні	90

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

<i>Белецька Н. Г.</i> Безперервна професійна підготовка робітників з використанням виробничої бази сучасних підприємств.....	93
<i>Двірник І. Б.</i> Сучасні проблеми справляння ПДВ в Україні та шляхи їх вирішення	95
<i>Мисько Н. В.</i> Державна підтримка конкурентоспроможності промислової продукції	97
<i>Мороз Н. В., Столярчук П. Г.</i> Забезпечення якості зернових культур як успіх конкурентоспроможності вітчизняного агрокомплексу	100
<i>Ольшанцева Т. О., Бритченко И. Г.</i> Методи підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг вищих навчальних закладів	102
<i>Прокопець Л. В.</i> Державна підтримка як фактор підвищення конкурентоспроможності сільського господарства	105
<i>Шпенюк О. Є.</i> Валютно-курсова політика України як інструмент підтримки конкурентоспроможності та подолання макрофінансових деформацій	107

Наукове видання

Мови видання: українська, російська

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ,
БІЗНЕСУ ТА ОСВІТИ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції
Полтава · 14–15 лютого 2013 року

У трьох томах

Том 1. Теоретичні та практичні питання

Окремі доповіді друкуються в авторській редакції

Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів

За точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів

Відповідальний редактор Біла К. О.
Технічний редактор Капуш О. Є.
Дизайн обкладинки Єпішко Д. В.
Оригінал-макет Єпішко Д. В.

Здано до друку 14.02.13. Підписано до друку 19.02.13.
Формат 60х84¹/₁₆. Спосіб друку – різнограф.
Ум. др. арк. 7,55. Тираж 100 пр. Зам. № 0213-04.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 3618 від 06.11.09р.

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.
Україна, 49087, м. Дніпропетровськ, вул. Березинська, 80, офіс 2
Поштова адреса: Україна, 49087, м. Дніпропетровськ, п/в 87, а/с 4402

тел. +38 (067) 972-90-71

www.confcontact.com
e-mail: conf@confcontact.com