

Список літератури:

1. Європейський вибір України: Навчальні матеріали online [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://pidruchniki.ws/1032061736532/politologiya/uevropeyskiy_vibir_ukrayini. – Загол. з екрану.
2. Дедеркал Г.П. Напрямки інтегрування України в сучасну світову економічну систему// Актуальні проблеми економіки, 2008. – №8, - С. 64-66.
3. Бюджетний устрій: підручник [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://pidruchniki.ws/10560412/finansi/byudzhetna_sistema_ukrayini_byudzhetniy_u_striy. – Загол. з екрану.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Штурмак А.В., бакалавр

Науковий керівник: к.е.н., доцент Волошенюк В.В

У ринковому середовищі, на формування якого були спрямовані всі заходи вітчизняної економічної політики останніх років, справжню цінність для підприємства має лише прогрес порівняно з конкурентами, а не з минулими досягненнями. Саме такий випереджальний розвиток має забезпечити підприємству стабільність отримання доходів в довгостроковій перспективі, утримання та розширення своєї ринкової частки.

У загальному виді **конкурентоспроможність** - це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення їм конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, що діють на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає можливості виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби на ринку і відображає продуктивність використання його ресурсів. Тому для забезпечення конкурентоздатності підприємства повинні постійно піклуватися про найбільш повне й ефективне використання ресурсів.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити як комплексну порівняльну характеристику потенціалу, яка відображає ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу, щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів.

Важливою характеристикою конкурентоспроможності потенціалу є здатність до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. Швидка адаптація потенціалу має забезпечуватися на основі комплексу інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних характеристик, які визначають успішну діяльність підприємства на ринку. Відповідно, якщо підприємство має широкий набір компетенцій і їх якісний рівень досить високий, то передумови для перемоги в конкурентній боротьбі у нього кращі, а рівень конкурентоспроможності потенціалу є досить високим.

У сучасній економічній літературі пропонується розрізнити чотири основні рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства:

Перший рівень: для потенціалу цього рівня характерна внутрішньо нейтральна організація управління. Керівник дбає лише про реалізацію виробничого потенціалу, орієнтованого на завантаження виробничих потужностей, не зважаючи на проблеми конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів. Вважаються зайвими зміна конструкції чи підвищення технічного рівня продукції удосконалення структури і функцій організацій з питань збуту та служби маркетингу, оскільки не враховуються зміни ринкової ситуації та запити споживачів;

Другий рівень: підприємства з потенціалом другого рівня конкурентоспроможності прагнуть зробити свої виробничі системи "зовнішньо нейтральними". Це означає, що використання наявного потенціалу підприємства забезпечує випуск продукції, яка повністю відповідає стандартам, що встановлені його основними конкурентами. Керівництво такого підприємства не приділяє уваги потенційним можливостям бізнесу, які б забезпечили певні конкурентні переваги.

Третій рівень: якщо керівники підприємства знають, що потенціал підприємства має дещо інші порівняльні переваги щодо конкуренції на ринку, ніж їхні основні суперники, і намагаються не дотримуватись загальних стандартів виробництва, встановлених в галузі, то потенціал підприємства в цьому разі еволюціонує до третього рівня конкурентоспроможності. Система управління на цих підприємствах починає активно впливати на виробничі системи, сприяє їх розвитку та вдосконаленню.

Четвертий рівень: потенціал підприємства досягає четвертого рівня конкурентоспроможності й істотно випереджає потенціал конкурентів за умов, коли успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління і залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва. Для більшості підприємств-конкурентів набір ресурсів, що використовуються у виробничому процесі, досить однаковий, але ефективність їхнього поєднання у діючій господарській системі різна і залежить саме від якості управління, кваліфікації менеджерів, організаційної структури.

Процес підвищення конкурентоспроможності потребує врахування специфіки взаємозв'язку як між елементами організації, так і з їх оточенням, і являє собою процес прийняття рішень (включаючи цілі, методи, плани) по досягненню цілей підвищення конкурентоспроможності.

Індикатори необхідності підвищення конкурентоспроможності є тими показниками діяльності підприємства та чисельними характеристиками зовнішніх умов, які засвідчують нагальність та важливість такого підвищення. Передумови й індикатори підвищення конкурентоспроможності вступають між собою в діалектичний взаємозв'язок і суперечність, оскільки перші характеризують сприятливі обставини, а другі – загрозливі симптоми зміни конкурентного положення підприємства. Так, з одного боку, поштовхом до

розробки та реалізації програм підвищення конкурентоспроможності частіше за все виступає виникнення на підприємстві загалом та в окремих його підсистемах кризових явищ (кризи збуту, постачання, виробничо-технологічної, соціально-кадрової, загальноуправлінської тощо). Проте ефективність процесів розробки і впровадження програми підвищення конкурентоспроможності тісно пов'язана з забезпеченням організаційно-управлінських, фінансових, техніко-технологічних та кадрових умов.

Тож до вищеназваних передумов ми відносимо сукупність чинників, які створюють підґрунтя, сприятливе середовище для розробки та впровадження на підприємстві програми підвищення конкурентоспроможності. Умовно їх можна поділити на дві великі групи (зовнішні та внутрішні), кожна з яких в свою чергу поділяється на підгрупи.

Зовнішні передумови формують середовище, в якому діє підприємство:

- опосередковані передумови: економічні (виникнення нових товарних ринків, підвищення вимог до якості продукції, загострення конкуренції, завершення життєвого циклу продукції, активна інвестиційна політика); науково-технічні (швидкий науково-технічний розвиток, поява нових технологій, поява нових товарів-замінників, підвищення вимог до сертифікації продукції в галузі); політико-правові (сприятлива для розвитку галузі політика органів влади, захист вітчизняного виробника, законодавчі обмеження); соціальні (демографічна ситуація, зміна потреб і купівельної спроможності споживачів, наявність кваліфікованої робочої сили) тощо.

- безпосередні передумови описують вплив зацікавлених сторін програми (проекту) – окремих зовнішніх осіб чи організацій, які залучені до програми (проекту), а також тих, чий інтереси можуть позитивно чи негативно вплинути на успішну їх реалізацію: бізнес-партнери, клієнти (замовники), постачальники, інвестори, підрядники, кредитори, регулятивні органи. Від них вимагається чітке розуміння ситуації, в якій знаходиться підприємство, уявлення про майбутні зміни, яких воно прагне досягти, згода і готовність до цих змін та гарантії підтримки.

Внутрішні передумови охоплюють внутрішні функціональні сфери:

- організаційно-управлінські: спроможність організації діяти стратегічно, спираючись на постійний організаційний розвиток; усвідомлення менеджментом необхідності впровадження програми підвищення конкурентоспроможності та її підтримка вищим керівництвом; економічне обґрунтування доцільності й оцінка можливості здійснення змін (готовності підприємства до впровадження програми); наявність або виокремлення центрів прийняття рішень, децентралізація управління; готовність змінити стиль мислення і роботи; використання найпростіших і найконкретніших організаційних рішень;

- техніко-технологічні: відповідне коло наявних технологій; знання новітніх технологій; великий науковий потенціал; достатній рівень технічної підготовки виробництва; ґрунтовна конструкторська підготовка (у т.ч. прискіплива економічна оцінка конструкції виробу); достатньо розвинені та доступні інформаційні технології;

- фінансові: наявність достатньої кількості власних та/або залучених коштів на впровадження нових розробок; фінансова стабільність та наявність надійних фінансових партнерів;

- кадрові: активна участь персоналу в програмі; компетентність і професіоналізм; готовність до змін, гнучкість та цілісність бачення проблем; навчання персоналу методам діяльності в умовах організаційних змін; психологічна підготовка персоналу до майбутніх змін на підприємстві, гнучка система мотивації; стрімке реагування на опір організаційним змінам та запобігання виникненню організаційних конфліктів тощо.

Своєрідними ж індикаторами нагальності розробки та впровадження програми підвищення конкурентоспроможності для конкретного підприємства виступають: загострення конкуренції, що супроводжується втратою вже надбаних підприємством позицій на ринку; уповільнення росту попиту на продукт, що виробляється підприємством, насичення або ж затухання ринкового попиту, внаслідок чого виникає загроза скорочення ринкової частки підприємства; поява революційно нових технологій; зростання інтенсивності конкурентної боротьби, що робить неможливим для підприємства проникнення на нові географічні ринки; зниження рівня конкурентоспроможності продукції підприємства; збитковість або низька прибутковість функціонування підприємства, високий ризик банкрутства тощо.

Список літератури:

1. Фатхудинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Р.А. Фатхутдинов. – Москва: Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с. – ISBN 5-669-11080-1.

2. Спіріна М.В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства / М.В. Спіріна // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 8. – С. 176–181.

3. Анісімова О. М. Підвищення конкурентоспроможності підприємства в процесі адаптації до світового ринку / О. М. Анісімова // Наукові записки. Серія «Економіка»: Збірник наукових праць. – Острого: Видавництво Національного ун-ту «Острозька академія», 2010. – Вип. 15. – С. 332-338.

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА УКРАИНЫ: УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ

*Черняк Д.М., студент группы МН-13-4
Научный руководитель: к.э.н., доцент Черкавская Т. М.*

Во всех странах с рыночной структурой экономики существует теневая экономика. Масштабы ее могут различаться, но ни одной из стран не удалось полностью её исключить. Теневая экономика - это сокрытие доходов, неуплата