

1. Бачинський В.І. Позабалансовий обліку у сучасній інформаційній системі підприємства / Бачинський В.І., Білинська Н.Є. // Проблеми економіки та управління. – 2012. – №725. – С. 247-253;
2. Бухгалтерський облік: навчальний посібник / Р. Ф. Бруханський, О. П. Скирпан. – Тернопіль: ТНЕУ, 2014. – 444 с.
3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України: Постанова Правління Національного банку України від 17.06.2004р. № 280, зі змінами та доповненнями.
4. Литвинчук І.В. Об'єкти позабалансового обліку: міжнародний досвід // Тезиси и тексти выступлений на IV-ой международной научной конференции "Развитие г учета и контроля в контексте европейской интеграции". – Житомир-Краматорск: ЧП «Рута», 2005. – С. 117-121.
5. Онищенко В.П. Порівняння методики позабалансового обліку банків та підприємств України /В.П. Онищенко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія "Економічні науки": науковий збірник / Черніг. держ. технол. ун-т. – Чернігів: Черніг. держ. технол. ун-т, 2013. – № 3(68). – С. 100-105.
6. Палий В.Ф., Соколов Я.В. АСУ и проблемы теории бухгалтерского учета. – М.: Финансы и статистика, 1981. – 224 с.
7. Пушкарь М.С. Забалансовый учет: Практ. Руководство. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 48 с.
8. Скирпан О.П. Фінансовий облік: Навч. посібник. / Скирпан О.П., Палюх М.С. - Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 407 с.



Вадим Косянчук

Тернопільський національний економічний університет

ОБҐРУНТУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток ринкових відносин нерозривно пов'язана з боротьбою виробників за більш вигідні умови виробництва і розподілу товарів з метою максимізації прибутку. У науковій літературі, та і в повсякденному спілкуванні подібний конфлікт інтересів називається конкуренцією.

Конкуренція виникла одночасно з товарним виробництвом, але тільки при розвинутих ринкових відносинах, вона стала головним важелем регулювання ринку суспільного виробництва. До середини XIX століття. отримали широкий розвиток ринку вільної конкуренції і не контролюється державою. Такий ринок впливав виробники тільки через механізм попиту та пропозиції, коливання цін, постійно змушуючи рахуватися з вимогами споживачів, поліпшення якості, підвищення продуктивності праці, збільшення виробництва, зниження витрат.

У країнах формування ринкових відносин переважає спонтанна конкуренція, супроводжується деструктивними процесами - банкрутствами, кризами, тощо. У країнах з розвинутою ринковою конкуренції все це відбувається значно організованіше.

Конкуренція відіграє важливу роль у механізмі ринку. Вона стимулює активність виробників. Через конкуренцію, як ніби вони контролюють один одного. Їх боротьба за споживача призводить до зниження цін, зниження витрат виробництва, поліпшення якості продукції, підвищення науково - технічного прогресу. Але потрібно мати на увазі, що конкуренція посилюється протиріч економічних інтересів виробників, призводить до зростання невиробничих витрат, заохочує створення

монополій. Без втручання держави конкуренція перетворюється на руйнівну силу для економіки.

Перехід від адміністративно - командної моделі управління до ринкової економіки поставив компанії в скрутне становище. Хоча, з одного боку, підприємства мають повну свободу, з іншого боку, вони не були готові прийняти ринкову реальність. Ринок занурив підприємства в умови жорсткої конкуренції, що призвело до того, що багато з них, стабільно працювали в умовах соціалістичної економіки, ринкових умовах виявилися нежиттєздатними.

Конкурентоспроможність організації відображає продуктивність своїх ресурсів. Цей принцип застосовується на рівні окремої фірми, так і на рівні економіки в цілому. Виходячи з нього, можна стверджувати, що для забезпечення конкурентоспроможності, фірми повинні постійно піклуватися про наявні в їх розпорядженні, а також придбаних для майбутнього виробництва всіх видів ресурсів.

Підприємство не може добитися ринкового успіху, якщо ігнорує вимоги споживачів. Не випадково, щоб посилити конкурентні позиції компанії проводяться дослідження поведінки споживачів. У самому широкому сенсі, вони визначається як діяльність, безпосередньо пов'язані з отриманням, споживання та використанням товарів і послуг, включаючи процеси прийняття рішень, які передують і виконані такі дії.

Аналіз основних показників компанії, щоб підвищити її конкурентоспроможність вимагає оцінки рівня використання існуючих потужностей, загальних результатів діяльності та фінансових результатів діяльності та платоспроможності.

Бізнес-стратегії перемагають, якщо їх основою є стійка конкурентна перевага. Позицію компанії в галузі визначає конкурентна перевага. Зрештою фірма випереджає своїх суперників, якщо вона має сильні конкурентні переваги, тобто, коли рівень обслуговування клієнтів є більш високою, ніж у конкурентів, і вона в змозі протидіяти впливу конкурентних сил.

Література

1. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: навч. посіб. / В. І. Гринчуцький, Є. Г. Карапетян, Б. В. Погріщук. – К. : Центр учб. л-ри, 2010. – 304 с.
2. Добикіна О. К. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посіб. / О. К. Добикіна, Г. В. Ростовська. – Краматорськ, 2010. – 92 с.
3. Енергетичний менеджмент: Підручник / Ю.В. Дзядикевич, Р.Б. Гевко, М.В. Буряк, Р.І. Розум // Тернопіль: Підручники і посібники, 2014. – 336 с.
4. Коваль З. О. Підприємництво і менеджмент : навч. посіб. / З. О. Коваль, О. І. Тивончук. – Львів, 2009. – 172 с.
5. Хоменко А. І. Вплив невизначеностей в маркетинговій діяльності машинобудівних підприємств на їх організаційно-виробничу структуру / А. І. Хоменко // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка" . Логістика. - 2010. - № 690. - С. 752-755.
6. Пуцентейло П.Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції / П.Р. Пуцентейло // Інноваційна економіка. – 2015. – № 4 (59). – С. 80–86.