

Таким чином, як промислово розвинені країни, так і держави, що розвиваються, активно шукають та використовують різноманітні засоби підвищення конкурентоспроможності на макро-, мезо- та мікрорівнях, спрямовуючи власні підприємства та галузі до формування нових конкурентних переваг і захоплення ринкових просторів.

Література:

1. Ансофф И., Макдоннелл Э.Дж. Новая корпоративная стратегия / [пер. с англ.] – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
2. Єрмак А.В. Конкурентоздатність підприємства: сутність поняття (проблематика питання) // Вісник економічної науки України. – 2005. – №1. – С.41-44.
3. Конкурентна стійкість та ринок: Оцінка конкурентоспроможності як чинник визначення стійкості підприємства на ринку // Легка промисленість.- 2003. – №3. – С. 37.
4. Портер М. Конкуренции: [учеб. пособие] / [пер. з англ.]. – М.: Издат. дом. «Вильямс», 2000. – 495с.
5. Хміль Т.М., Василик С.К., Шишмарева Л.О. Стратегический менеджмент: [учебное пособие]. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2004. – 136 с

*Арсен Келічавий, аспірант
ДВНЗ Київський національний економічний
університет ім. Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна*

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах посилення конкуренції та нестабільності внутрішнього середовища в Україні керівники підприємств та менеджери змушені шукати адекватні важелі та інструменти для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Конкуренція – це боротьба між виробниками за те, щоб покупець надав перевагу певним товарам чи послугам зі всього переліку, що пропонується на ринку.

Конкурентоспроможність підприємства – це його здатність ефективно господарювати та забезпечувати прибуткову реалізацію виробленої продукції чи послуг в умовах конкурентного ринку. Вона можлива при наявності конкурентоспроможного товару чи послуги, що створює можливості для завоювання ринку.

Згідно з визначенням Міжнародної організації «Європейський форум з проблем управління» (European Management Forum – EMF) конкурентоспроможність фірми – це реальна та потенційна можливість компанії проектувати, виготовляти і збувати товари, які за «ціновими» та «неціновими» характеристиками в комплексі більш привабливі для споживача, ніж товари конкурентів [4,406].

Вчені також розглядають конкурентоспроможність фірми за якісними характеристиками її діяльності (частка ринку, ефективність функціонування, ефективність управління і т. д.). Наприклад, Золотогоров В. Г. у понятті «конкурентоспроможність фірми» виділяє «володіння підприємством перевагами над конкурентами (економічними, технічними, організаційними), які забезпечують зниження витрат, підвищення якості, можливість оновлення, розширення виробництва, стійку частку ринку і, відповідно, можливість отримання більш високих доходів [2, 7]. Що вище конкурентоспроможність, то більше можливостей для розширенню обсягу продаж та росту прибутків.

Досліджуючи конкурентоспроможність підприємств Воронкова А. та Бешляга Е. [1, 108] зосереджують увагу на зовнішніх факторах конкурентоспроможності: державному регулюванні економіки; монополізації економіки; товарних ринках; ринковій інфраструктурі; природно-ресурсному потенціалі країни (галузі); виробничій базі країни (галузі); кредитно-фінансовій системі країни (галузі); соціальній ситуації; економічній інтеграції. Ця сукупність найбільшою мірою відображає поняття «фактори конкурентоспроможності».

Фактори конкурентоспроможності – це причини, наявність яких необхідна та достатня для зміни одного чи кількох критеріїв конкурентоспроможності.

Для виявлення можливостей підвищення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів важливо виділити фактори, що на неї впливають:

- технологічні – наявність та експлуатація технології при масовому виробництві, що дозволяє через ефект масштабу збільшувати кількість виробленої продукції із зменшенням її собівартості;
- інноваційні – дають можливість при застосуванні інноваційних технологій покращувати якість та пришвидшувати оновлення номенклатури та асортименту продукції, що збільшує споживчий ефект;
- ресурсні – збільшення споживчого ефекту через цінові характеристики товару;
- глобальні – пов'язані з прийняттям світових стандартів (екологічних, соціальних тощо), що впливають на діяльність підприємства та держави;

- культурні – обумовлені культурними особливостями, що дозволяє підприємствам підтримувати ринки ресурсів та збуту у країнах зі схожою культурою.

Конкурентоспроможний товар просувається на ринку в конкуренції з іншими товарами, що можливе лише тоді, коли фірма-виробник забезпечує не тільки необхідні характеристики даного товару, але й отримує достатній прибуток від його продажу. Останнє передбачає високу ефективність виробництва і наявність конкурентних переваг.

Залежно від природи самого товару, підприємства володіють різними типами конкурентних переваг: ефектом масштабу, гнучкістю, перебуванням у специфічному сегменті ринку (виробники рідкісної продукції), володінням інноваційною технологією.

Наявність конкурентних переваг забезпечує ефективне функціонування підприємства на ринку, здатність адаптуватися до змін.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від прозорості управління бізнесом і фінансовими потоками. Під прозорістю бізнесу розуміють формування так званих центрів відповідальності, відповідність системи обліку і внутрішнього аудиту міжнародним принципам і стандартам обліку [5,60].

Забезпечення прозорості бізнесу досягається шляхом запровадження управлінського обліку, проведення фінансового аналізу, здійснення фінансового планування на основі прогнозування та бюджетування, управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, забезпечення наявності позичкових коштів та розміщення вільних коштів, управління інвестиційним портфелем, лізингом і факторингом, франчайзингом, ризиками і страхуванням тощо.

Конкурентоспроможність залежить від початкового стану суб'єкта реального сектора економіки, наявності ринкового попиту на його товар, можливості застосування фінансових ресурсів, рівня менеджменту. Разом з тим, важливим аспектом конкурентоспроможності є інноваційний характер діяльності, без якого підприємство не буде ефективно розвиватись. Інновації забезпечують перехід економічної системи до нової пропорційності, до нового рівноважного стану. Саме інноваційний характер економічного росту називається розвитком [6, 71].

У своєму розвитку Україна (спочатку у складі СРСР, а потім як незалежна держава) «пропустила» найважливіші переломні моменти: на початку 60-х р.р. – науково-технічну революцію, формування стратегічного планування та системного підходу; в першій половині 80-х р.р. – процес формування глобального економічного середовища, що змінило підхід до вирішення проблем конкурентоспроможності; на початку 90-х рр. – перехід передових країн світу до створення нового технологічного укладу, нової економіки, яка базується на знаннях.

Отже, для збереження і розширення своїх позицій на внутрішньому та зовнішньому ринку українським підприємствам потрібно вирішувати проблему підвищення якості продукції чи освоєння нових видів виробів, зниження виробничих витрат, що може бути досягнуто тільки в умовах підвищення інвестиційної та інноваційної активності підприємства.

Література:

1. Воронкова А., Бешляга Э. Формирование внешней среды и конкурентоспособности предприятия // Бизнес информ. – 1999. – №5-6. – С. 108-109.
2. Золотогоров В. Г. Энциклопедический словарь по экономике. – Минск: Полымя, 1997. – 571 с.
3. Малярец Д. М., Отенко И. П. Оценка факторов повышения конкурентоспособности предприятия // Регіональні перспективи. – 2001.- № 7. – С. 20-22
4. Основы внешнеэкономических знаний / Под ред. И.П. Фаминского. М: Международные отношения, 1994. – 480 с.
5. Черников А. В. Планирование развития конкурентоспособности предприятия // Весник МГУ. – 2008. – №2. – С. 57 – 66
6. Абдульманов И. М. Экономическая конкурентоспособность хозяйствующих субъектов : дис... канд. экон. наук : 08.00.01 / Ильмур Муслимович Абдульманов. – Казань, 2006. – 174 с.

Надія Кітлер

*Приватний вищий навчальний заклад «Галицька академія»
м. Івано-Франківськ, Україна*

ПРО ФУНКЦІ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Важливим чинником стабільного економічного зростання та досягнення нормального рівня життєзабезпечення громадян є ефективне формування бізнесу в ринковій економіці. Існують фактори, які сповільнюють розвиток сучасного бізнесу – це недосконала законодавча база, яка повинна регулювати діяльність підприємств, а також високий податковий тиск, який змушує підприємства переходити в тіньовий сектор економіки. Удосконалення зазначених факторів сприятиме розвитку бізнесу в країні, призведе до її економічного зростання.

На сьогоднішній день основну частину в доходах населення займає заробітна плата, що, як правило, виплачується працівникові у грошовій формі власником підприємства за витрачену як фізичну, так і інтелектуальну