

MATERIAŁY
V MIĘDZYNARODOWEJ
NAUKOWI-PRAKTYCZNEJ KONFERENCJI

«KLUCZOWE ASPEKTY
NAUKOWEJ DZIAŁALNOŚCI –
2010»

07 - 15 stycznia 2010 roku

Volume 7
Ekonomiczne nauki

Przemysł
Nauka i studia
2010

Wydawca: Sp. z o.o. «Nauka i studia»

Redaktor naczelna: Prof. dr hab. Sławomir Górniak.

Zespół redakcyjny: dr hab. Jerzy Ciborowski (redaktor prowadzący), mgr inż. Piotr Jędrzejczyk, mgr inż. Zofia Przybylski, mgr inż. Dorota Michałowska, mgr inż. Elżbieta Zawadzki, Andrzej Smoluk, Mieczysław Luty, mgr inż. Andrzej Leśniak, Katarzyna Szuszkiewicz.

Redakcja techniczna: Irena Olszewska, Grażyna Klamut.

Dział sprzedaży: Zbigniew Targalski

Adres wydawcy i redakcji:

37-700 Przemyśl, ul. Łukasieńskiego 7

tel (0-16) 678 33 19

e-mail: praha@rusnauka.com

Druk i oprawa:

Sp. z o.o. «Nauka i studia»

Cena 54,90 zł (w tym VAT 22%)

**Materiały V Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji
«Kluczowe aspekty naukowej działalności - 2010» Volume 7.
Ekonomiczne nauki.: Przemyśl. Nauka i studia - 88 str.**

W zbiorze ztrzymają się materiały V Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Kluczowe aspekty naukowej działalności - 2010». 07 - 15 stycznia 2010 roku po sekcjach: Ekonomiczne nauki.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Żadna część ani całość tej publikacji nie może być bez zgody

Wydawcy – Wydawnictwa Sp. z o.o. «Nauka i studia» – reprodukowana,

Użyta do innej publikacji.

ISBN 978-966-8736-05-6

© Kolektyw autorów, 2010

© Nauka i studia, 2010

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати»: Наказ МФУ від 31.03.1999р. №87 (зі змінами і доп.)
3. Мазурок П.П. Аналітичне оцінювання фінансових результатів діяльності промислових підприємств України // Держава та регіони. – 2009. – №5. – с.114-119.
4. Фінанси підприємств: Підручник / А. М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін. – 7-ме вид., без змін. – К.: КНЕУ, 2008. – 552с.
5. www.ukrstat.gov.ua

Єременко А.О., Полозова Т.В.

Харківський національний університет радіоелектроніки

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Розглянуто основні організаційно-економічні аспекти управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання: визначення конкуренції, ключових складових оцінки конкурентоспроможності підприємств, види цінової конкуренції, конкурентні переваги.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, складові конкурентоспроможності.

І. Вступ. Становлення ринкової економіки вимагає радикального переосмислення характеру та спрямованості відносин між суб'єктами підприємництва. Основним принципом цих відносин є розвиток сумлінної та ефективної конкуренції [1].

Ринок є своєрідним суспільним інструментом, що допомагає людям забезпечити економічні умови свого існування і розвитку [2]. Для будь-якої ринкової системи незалежно від національних, культурних, географічних, соціальних відмінностей можна виділити ряд характерних ознак: власність, види та форми підприємництва, конкуренція, демократичні засади суспільства, роль держави, залучення в міждержавні зв'язки, правова основа бізнесу [3, 5]. Ставши глобальним, ринок і на міжнародний рівень переніс всі свої основні атрибути – зіткнення інтересів, прагнення до економічної вигоди, боротьбу за виживання тощо. Перше місце в світовому господарстві посідає конкурентоспроможність національної економіки. Чим вище конкурентоспроможність, тим більше шансів захистити свої національні інтереси, зміцнити свою економічну безпеку [6].

Викладене вище обумовлює актуальність подальшого дослідження даної проблеми.

II. Постановка задачі. Конкуренція – це форма існування суб'єктів економічних відносин на ринках товарів, капіталу або праці [7]. Конкуренція проявляється в суперництві суб'єктів задля досягнення подібних цілей і стимулює розвиток суб'єктів і суспільства в цілому. Сама по собі конкуренція є невід'ємною частиною функціонування економічних систем і характеризує гостроту соціально-економічних і політичних процесів. Суб'єктами конкуренції можуть бути товари, підприємства, галузі, країни та фізичні особи. Тільки з певною мірою умовності поняття конкуренції застосовне до регіонів. Причому, як правило, мова йде про конкуренцію на ринках капіталу (наприклад, розміщення облігаційних позик і т.п.).

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють сукупність властивостей і характеристик його бізнес-процесів, що дозволяють забезпечити ефективність функціонування підприємства за будь-які зміни зовнішнього і внутрішнього середовища. На рис. 1 зображені складові конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів.

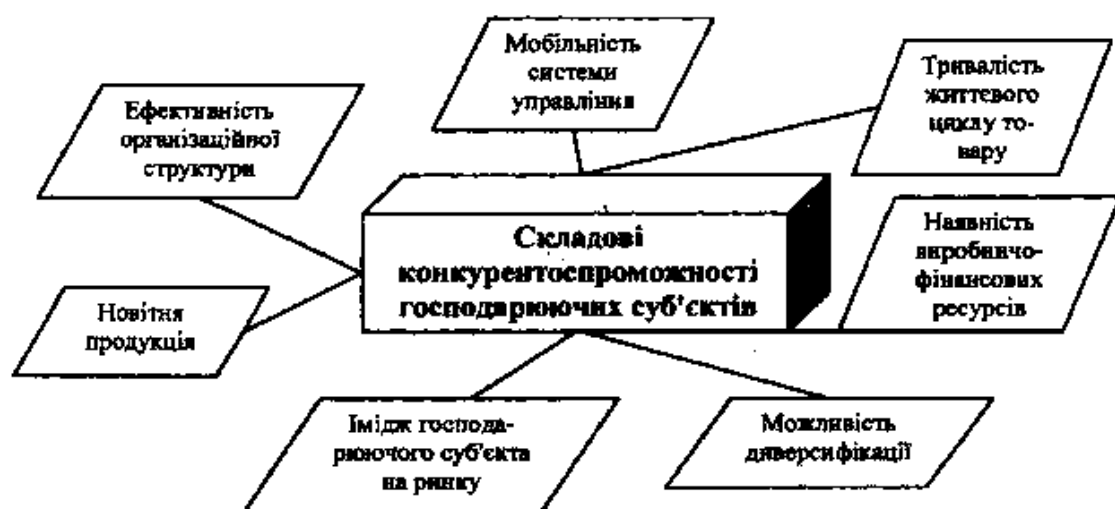


Рисунок 1 – Складові конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів

Ключовими аспектами оцінки та управління конкурентоспроможністю підприємств є:

- представлення підприємства як сукупності основних, допоміжних і обслуговуючих бізнес-процесів (при цьому бізнес-процеси управління можуть розглядатися як самостійно, так і в складі обслуговуючих);

- використання поняття «стійкість» як основної заданої характеристики функціонування підприємства в цілому і його бізнес-процесів. При цьому стійкість трактується як здатність основних параметрів підприємства як системи (та/або його бізнес-процесів) повертатися в діапазон заданих значень після

будь-яких зрушень, що виявляються у відхиленні параметрів від необхідних значень;

-застосування вартісного підходу до управління конкурентоспроможністю.

Вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності в Україні залежить від подолання внутрішньої соціально-економічної кризи, а також від участі в світових економічних, соціальних та інших процесах. Світовий ринок посилює взаємозалежність національних економік, вимагає від кожної країни на конкурентній основі мати свою «нішу» у світовій торгівлі і відстоювати своє місце в міжнародному розподілі праці. Особливості економіки країни визначають ту сферу, в якій вона може досягти порівняльної переваги у світовій торгівлі.

Дослідження існуючих підходів до оцінки управління конкурентоспроможністю підприємства доцільно здійснювати в три етапи:

1 етап – аналіз категорії конкуренції та вивчення теорії конкуренції як основи розробки системи забезпечення конкурентоспроможності (рівень теоретичного осмислення);

2 етап – аналіз категорії конкурентоспроможності та дослідження методів розробки ефективних конкурентних стратегій (рівень стратегічного управління підприємством та прийняття довгострокових рішень);

3 етап – аналіз методів оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів (рівень поточного або оперативного управління та прийняття короткострокових рішень) [8].

З огляду на вищезазначене, метою даної статті є визначення факторів конкуренції, її видів, аналіз методів оцінки конкурентоспроможності, а також розгляд комплексу заходів забезпечення конкурентоспроможності товарів.

III. Результати. Конкуренція товарів є проявом конкуренції підприємств. Ефективна асортиментна стратегія і тактика є інструментами конкурентної боротьби підприємств. У сучасних умовах постає необхідність в диверсифікації діяльності підприємств, формуванні ефективної товарної стратегії, постійного оновлення асортименту продукції, що випускається і розробки принципово нових її видів – все це потребує великих обсягів фінансових ресурсів. У конкуренцію за них вступають в суперництво підприємства на ринках капіталу. Тому необхідною, але, звичайно, не достатньою умовою конкурентоспроможності продукції на товарних ринках є конкурентоспроможність підприємства на ринках капіталу.

У зв'язку з цим можна стверджувати, що суперництво підприємств (як на товарних ринках, так і на ринках капіталу) є домінуючим конкурентним процесом, а конкуренція товарів – це підпроцес, який відіграє не самостійну, а підлеглу роль. Але при побудові систем забезпечення конкурентоспроможності підприємств з необхідним ступенем деталізації має сенс виділяти управління конкурентоспроможністю товарів як самостійний процес з метою проведення його моніторингу та регулювання. При цьому основне завдання полягає в способі визначення методу впливу на складові елементи такого показника.

На практиці рівень конкурентоспроможності товарів та послуг визначають:

- технічний рівень товарів та послуг – характеризує технічну досконалість в порівнянні з базовим аналогом, у тому числі використання технологій останніх науково-технічних досягнень у цій області;

- рівень якості товарів та послуг – відповідність товарів та послуг вимогам міжнародних стандартів, технічним характеристикам і специфічним вимогам споживача;

- рівень витрат споживача на придбання товарів та послуг – ціна продажу: умови поставки, способи розрахунку з покупцями, пільги, митні умови;

- рівень витрат споживача на споживання (експлуатацію, застосування або використання товарів та послуг).

Виходячи з аналізу ринку і проведених досліджень, можна стверджувати, що при початковій оцінці конкурентоспроможності товарів та послуг достатньо взяти до уваги три основні фактори: призначення, якість і ціну.

При цьому зазначені фактори конкурентоспроможності товарів та послуг необхідно розглядати у сукупності. Безумовно, що багатофункціональне призначення, високий рівень якості та низька ціна є привабливими характеристиками товару (послуги) і обумовлюють високу конкурентоспроможність.

Цінова конкуренція проявляється в наступних видах:

- конкуренція між продавцями однорідної продукції, що намагаються продаючи товари за найнижчою ціною витіснити інших продавців і забезпечити найбільший збут. Зниження ціни може спричинити за собою аналогічні дії конкурентів і, тим самим, підвищення попиту поділиться між усіма продавцями, відбудеться стабілізація частки на ринку за більш низькою ціною;

- конкуренція між покупцями в одній галузі, що призводить до підвищення ціни на запропонований товар. Зіставлення наявного варіанту ціни з втратами, які покупець може понести в результаті незадоволення потреби, і величина цієї втрати визначають готовність покупця підвищувати ціну за потрібний товар;

- конкуренція між покупцями і продавцями: перші прагнуть дешевше купити, другі – дорожче продати, при цьому результат залежить від співвідношення конкуруючих сторін.

Конкурентоспроможність є відносною характеристикою товарів і може бути виражена тільки відносними величинами. Виходячи із взаємозв'язку суб'єктів, що беруть участь у цьому процесі, споживача і виробника, слід мати на увазі, що властивість відносності категорії «конкурентоспроможність», характеризується наявністю двох порівняльних позицій. Порівняльна позиція споживача являє собою процес вибору необхідного виробу серед цілого ряду аналогічних виробів, і придбання того з них, що задовольняє потребу максимально. У даному випадку відбувається порівняння обраного об'єкта за якістю та ціною.

Покупець враховує конкретні споживчі властивості. З'ясовує ступінь відповідності виробів своєї потреби, тобто вимірює в певному сенсі доступними йому способами рівень споживчого ефекту кожного з товару і проводить порівняння цих ефектів. Проте, прагнучи до отримання виробів, що мають най-

вищий споживчий ефект, покупець не може абстрагуватися від величини своїх витрат, необхідних для здійснення покупки. Товар, у якого, максимальний споживчий ефект на одиницю витрат, при інших рівних умовах, є найвищим у порівнянні з аналогічними товарами, з точки зору споживача найбільш конкурентоспроможний.

Порівняльна позиція виробника дещо відрізняється від споживчої позиції кількома моментами. По-перше, порівняння об'єкта (товару або послуги) з аналогічними товарами споживач переслідує кінцеву мету, найбільш повне задоволення своїх потреб. Виробник порівнює об'єкт (товар або послугу) як засіб досягнення головної мети, отримання максимального прибутку з виробництва даного товару. По-друге, споживач користується тільки порівняння об'єктів (товарів і послуг), у той час як виробник – самого об'єкта, а також конкурентів, споживачів, умов реалізації на різних ринках.

При цьому конкурентоздатність визначається рівнем організаційної та державної підтримки, залежить від можливостей економіки в цілому і ефективного використання ряду умов. По-перше, це забезпечення факторними ресурсами конкурентоспроможності та ефективності їх використання. По-друге, наявність взаємозалежних і взаємодоповнюючих галузей та інфраструктури, що веде до нових комбінацій ресурсів. По-третє, кредитно-фінансова та інвестиційна політика (процент за кредити, спрямованість інвестицій на проекти з виготовлення та надання конкурентоспроможних товарів та послуг), збалансована протекціоністська політика на регіональному рівні (податкові пільги, безкоштовне користування землею), а також інші форми стимулювання підвищення якості та конкурентоспроможності товарів і послуг (заснування премій і проведення щорічних конкурсів на здобуття цих премій; створення галузевих відділень проблем якості; організація системи підготовки кадрів, фахівців високої кваліфікації з одержанням міжнародних сертифікатів).

Виходячи з цих принципів, комплекс заходів забезпечення конкурентоспроможності товарів (послуг) можна охарактеризувати як сукупність правил забезпечення максимального задоволення потреби в товарах належної якості з використанням мінімуму засобів, що дозволяють гарантувати конкурентні переваги цих товарів (послуг) у порівнянні з такого ж роду товарами (послугами) господарюючих суб'єктів-конкурентів.

Ресурсна орієнтація повинна ґрунтуватися на різноманітності ресурсів, які господарюючий суб'єкт здатний вибрати, виходячи зі своїх можливостей. При цьому той господарюючий суб'єкт, який робить вибір і комбінує ресурси, ефективніше, оригінальніше, швидше за конкурентів гарантовано отримує ринковий успіх. Разом з тим при ресурсному підході слід враховувати, що конкуренти можуть відтворити найбільш ефективні комбінації ресурсів, що ставить під сумнів ті стратегічні переваги, які не можуть бути утримані тривалий час.

Безумовно, що рушійною силою забезпечення конкурентоспроможності товару (послуги) є споживач (індивідуум). Саме він представляє собою голов-

ний інтелектуальний ресурс. Беручи до уваги людський фактор, можна на одну третину досягти успіху в забезпеченні якості конкурентоспроможності товарів (послуг) без додаткових витрат на вдосконалення організації виробництва та основних технологічних процесів.

Конкурентні переваги – це ті додаткові характеристики, які створюють для певного господарюючого суб'єкта явну перевагу над своїми прямими конкурентами. Розрізняють як зовнішні конкурентні переваги, які ґрунтуються на відмінних для покупця параметрів (якості) товарів, так і внутрішні конкурентні переваги – як перевагу в відношенні витрат виробництва, що дозволяють домогтися меншої собівартості, знайти можливість зниження продажної ціни, навіязаної ринком і конкуренцією. Разом з тим, для забезпечення конкурентоздатності товарів (послуг) господарюючому суб'єкту необхідно вибрати пріоритетів і розробити стратегії, які будуть найбільшою мірою відповідати тенденціям розвитку ринкової ситуації і найкращим способом використовувати сильні сторони потенційних можливостей в діяльності господарюючого суб'єкта. Вибір стратегії конкуренції включає низку процедур: оцінку переваг стратегії та її ризиків; аналіз відповідності ринкових умов, необхідних для реалізації стратегії, реальної ситуації на ринку; аналіз відповідності особливостей організації виробництва товару (надання послуги) та процесу управління господарюючим суб'єктом, запропонованим вимогам.

IV. Висновки. Гнучкість стратегії конкуренції висуває великі вимоги до організаційної структури господарюючих суб'єктів, яка має бути швидко адаптованою. При цьому організаційні форми необхідно постійно приводити у відповідність з мінливою ситуацією на ринку товарів і послуг. Організаційні структури управління суб'єктом господарювання повинні забезпечувати маневреність, необхідність якої може бути обумовлена зміною рівня попиту або діями конкурентів: зниженням цін, падінням частки фірми на ринку, відчутним успіхом у споживача нової моделі (марки) товарів або виду послуг. При розробці стратегії господарюючого суб'єкта, що забезпечує його довгостроковий успіх, в даний час, як правило, застосовують один з двох підходів для виявлення і використання конкурентних переваг – орієнтацію на ринок або орієнтацію на ресурси. Довгостроковий успіх при орієнтації на ринок пов'язаний зі структурою галузі, в якій знаходиться господарюючий суб'єкт, і залежить від обраної принципової стратегії для даної сфери господарювання. Однак при такій орієнтації не береться до уваги ряд значущих факторів: ресурсозбереження; організаційна структура господарюючого суб'єкта; соціальні фактори управління; поведінка персоналу. У результаті не приділяється належної уваги розгляду та обліку впливу організаційних, психологічних та соціальних аспектів довгострокової поведінки господарюючого суб'єкта.

Перспективою подальших досліджень може бути хронологічне вивчення методів ведення конкурентної боротьби, виявлення закономірностей зміни їх інтенсивності з часом та розробка рекомендацій щодо застосування ефективних методів кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Література:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст] / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия [Текст] / И. Ансофф. – СПб: ПитерКом, 1999. – 416 с.
3. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией [Текст] / М.И. Круглов. – М.: Российская деловая литература, 1998. – 768 с.
4. Портер М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер. Пер. с англ. под. ред. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
6. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст] / А.Ю. Юданов / учебно-практическое издание – 2-е изд. – М.: Гном-Пресс, 1998. – 384 с.
7. Либман Г.И. Экономический словарь [Текст] / Г.И. Либман, О.К. Филатов / под. ред. Ю.А. Белика и др. – 2-е изд., доп. – М.: Полит издательство, 1989. – 399 с.
8. Гуревичев М.М. Державне регулювання в умовах ринкової економіки (дослідження еволюції) [Текст] / М.М. Гуревичев. – Харків: «Основа», 1993. – 240 с.

Яшник Олексій Валерійович

студент групи ЕПБ – 33

Науковий керівник Марченко Олена Іванівна

ст. викладач

ТЕХНОПАРКИ – ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ: ВІТЧИЗНЯНИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Актуальність. Технологічні парки є своєрідними каталізаторами, які повинні сприяти утворенню наукомісткого сектора промисловості та формувати науково-технічне ядро всього господарства.

Мета дослідження. Метою дослідження є можливість виявити основні особливості функціонування технопарків в економіці зарубіжних країн та визначити можливості їх застосування у розвитку технологічних парків в Україні;

- проаналізувати умови і особливості формування та розвитку технологічних парків в Україні;
- діяльність зарубіжних і українських технопарків, організаційно-управлінський досвід і функціонально-структурні аспекти становлення, формування і подальшого розвитку технологічних парків в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізу сучасних підходів щодо підвищення ефективності інноваційної діяльності присвячено роботи вчених: Я.А. Жаліло, Я. Б. Базілюк, Я.В. Белінська, Кузнецова І. С., Сухоруков А.

SPIS

EKONOMICZNE NAUKI

EKONOMIKA PRZEDSIĘBIORSTWA

Пакулін С.Л., Пакуліна А.А. Стимулювання праці: недоліки та шляхи удосконалення.....	3
Гречкосей Н.Д. Кооперационные формы поддержки развития предпринимательства	5
Богацька Н.М., Дуржинська А.Ю. Критерії ефективності діяльності підприємства	7
Богацька Н.М. Аналіз матеріально-технічного забезпечення підприємства....	10
Кузьменко О., Пинко В.С. Актуальні проблеми та шляхи їх вирішення в галузі підприємництва в Україні	15
Гриневич Ю., Пинко В.С. Значення інформаційних технологій у підвищенні економічної та фінансової ефективності функціонування підприємства	18
Бояринова К.О.; Бацалай Т.М. Методичні підходи до виміру інтелектуального капіталу підприємства.....	20
Берегеч К.Г., Лаврова Ю.С. Аналіз фінансових результатів діяльності українських підприємств: реалії сьогодення.....	22
Єременко А.О., Полозова Т.В. Організаційні аспекти управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання	25
Яшник О.В., Марченко О.І. Технопарки – основа інноваційного розвитку: вітчизняний і зарубіжний досвід	31
Кузнєцова М.Є. Ефективність використання оборотного капіталу в ТОВ «Придніпровський»	35
Фрум О.Л. Особенности применения методов финансового анализа в теории жизненного цикла потенциала организации.....	41
Іванова К.Ю., Назаренко О.О. Стягнення збору за забруднення навколишнього природного середовища з підприємств	45
Алексеева Н.И., Гутченко А.В. Стратегия развития на новых рынках	46
Алексеева Н.И., Павлова Д.И. Сущность финансовых ресурсов предприятия	49
Павлова І.В., Сузарев П.Н. Прогнозування фінансових показників як елемент планування розвитку діяльності підприємства	51

Богацька Н.М., Боб Ю.В. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення	56
Репетацька В.В., Бондарчук М.Б. Управління продуктивністю праці на підприємстві	58
Репетацька В.В., Горяча І.Ю., Коробко Г.О. Проблеми розвитку науково-технічного потенціалу підприємства	60
Боднарюк Є.О., Бабкін Д.О. Ризик в діяльності сільськогосподарських виробничих кооперативах	62
Савенко В.С., Головченко Н.В. Управление хозяйственными рисками	64
Лозовський О.М., Горупашенко С.О. Роль інновацій в ефективності діяльності підприємства	66
Сеник Г.О., Мараховська Т.М. Податкова система як інструмент регулювання підприємницької діяльності	69
Сеник Г.О., Кривоконь О.С. Аналіз наявності та руху виробничих запасів на підприємстві	71
Лозовський О.М., Дерезюк А.В., Карпусь В.В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах	74
Діхтяр О.С., Лозовський О.М., Панько В.В. Диверсифікація діяльності як один з інструментів антикризової стратегії розвитку сучасного підприємства	76
Діденко І.С. Необхідність антикризового управління для сучасних підприємств України	78
Штефан Н.М., Сафтюк Ж.І. Критерії обґрунтування фінансових рішень щодо управління прибутком підприємства	81