

діяльності, її безпеки, захисту і стабільності, а також функціонування монетарної системи, стабільної економічної і соціальної інфраструктури. Підприємництво покладається на конституційний захист і державну підтримку підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Гетьман О.О. Економіка підприємництва: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К., Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kodeksy.com.ua/>
3. Дзюба С.Г. Сучасне оновлення законодавчої бази України з питань державного регулювання підприємницької діяльності / С.Г. Дзюба // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. – № 3. – С. 102-110.
4. Тимошенко О.В. Основні функції та завдання державного регулювання підприємницької діяльності / О.В. Тимошенко // Держава та регіони. Серія: Державне управління. – 2013. – № 2. – С. 95-99.

Гордієнко А.П.

студент;

Турчак В.В.

кандидат юридичних наук, доцент,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ
НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ**

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку й посісти провідне місце як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, і втримати його якомога довше. В даний час ринок перенасичений підприємствами, які створюють аналогічну продукцію, але втримуються лише ті, які мають найвигідніші конкурентні переваги відносно інших підприємств.

Одним із першочергових завдань національних підприємств, особливо в період фінансової нестабільності, є підвищення рівня конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках. Отже, на сучасному етапі розвитку, Україна як країна з ринковою економікою повинна підвищувати конкурентоспроможність вітчизняних підприємств з метою виходу продукції на новий рівень.

Конкурентоспроможність підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках була розглянута в наукових роботах багатьох вітчизняних авторів, таких як Варналій З.С., Циганкова Т.М., Антонюк Л.Л., Герасимчук В.Г., Каніщенко О.Л., Олексюк О.І. та ін. Такі зарубіжні вчені як Д. Абель, Г. Гамель, П. Друкер, К. Ендрус, Р. Ешенбах, П. Зенге, К. Крістенсон, Р. Коуз, Ф. Котлер, М. Портер, К. Прахалад, Д. Рікардо, А. Сміт, Р. Солоу, Ф. Хайєк, Й. Шумпетер також досліджували сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства на міжнародному ринку». Багато науковців вивчають дане питання, однак реалії сьогодення свідчать про те, що існують труднощі щодо створення та забезпечення подальшого зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємств при виході на зарубіжні ринки.

Метою статті є дослідження основних факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємств на зовнішньому ринку, та визначення організаційних заходів з підвищення її рівня.

Тлумачення терміну «конкурентоспроможність» досить різноманітне. За класичним визначенням М. Портера, «конкурентоспроможність – це визначене сукупністю факторів положення товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, віддзеркалене через сукупність показників» [1, с. 18].

Харченко Т.Б. під конкурентоспроможністю розуміє зумовлене економічними, соціальними та політичними чинниками становище країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [2, с. 70].

Балабанова Л.В. зазначає, що конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетентності порівняно з іншими конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички та професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління, виробництва продукції тощо [3, с. 29]. Конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо – стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу того, що знаходить вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

У свою чергу, конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку – це здатність підприємства створювати та реалізовувати продукцію, нагромаджувати та використовувати виробничий потенціал певної його спрямованості, які більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на міжнародному рівні.

Основні фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, умовно можна розділити на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх факторів відносять: політичну обстановку в державі, законодавчу базу, економічні зв'язки, наявність конкурентів, розміщення виробничих сил, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки та технологій, систему управління промисловістю, концентрацію виробництв. Внутрішніми факторами є: система та методи управління фірмою, рівень технологій процесу виробництва, рівень організації процесу виробництва, система довгострокового планування, орієнтація на маркетингову концепцію, інноваційний характер виробництва.

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять [4, с. 32]:

- забезпечення пріоритетності продукції;
- зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів;
- виявлення переваг товару порівняно із заміниками;
- виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;
- вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів;
- виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- нові пріоритетні сфери використання продукції;
- вплив безпосередньо на споживача, шляхом штучного обмеження надходження на ринок нових товарів, проведення реклами, надання грошового або товарного кредиту.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства і збільшення його частки на ринку можна досягнути за допомогою таких шляхів: подати на ринок новий вид продукції; знизити ціни на продукцію або послуги; через рекламу представити привабливіший вид товару; продавати товар через більшу кількість торгових представників і т. ін.

Серед сучасних проблем управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств можна виділити наступні:

- нестійка економічна ситуація в державі, недосконала політика уряду щодо підтримки міжнародної конкурентоспроможності підприємств;
- недостатність інформаційного забезпечення під час організації управління конкурентоспроможністю, слабкий кадровий потенціал, слабе впровадження у виробництво результатів науково-технічних досліджень у порівнянні з конкурентами на зарубіжних ринках;
- відсутність конкурентної стратегії, орієнтованої на певні цільові групи споживачів, розробленої з урахуванням конкурентних переваг та існуючих можливостей підприємства [5, с. 95].

Очевидно, що питання щодо виходу українських підприємств на зарубіжні ринки у сучасних умовах постає досить гостро. Водночас на даному етапі світового розвитку існують значні можливості для цього, у наявності є все, що потрібно для стабільної та ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємства, яка можлива тільки за умови створення дієвого механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

Крім того, конкурентоспроможність підприємства залежить від виконання таких умов:

- правильного розуміння переваг зарубіжних споживачів;
- знання правил і культури ведення бізнесу в окремо взятій країні;
- знання рівня конкурентоспроможності в галузі;
- використання систем культурних, соціальних, політичних, екологічних, технологічних та юридичних особливостей [6, с. 140].

Отже, конкурентоспроможність підприємств на сьогодні як на внутрішньому так і зовнішньому ринках потребує ряду факторів щодо врегулювання процесів конкуренції з боку держави, залучення іноземних інвесторів для досягнення максимального результату.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Международная конкуренция; пер. с англ. [Текст]; под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
2. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки [Текст] // АПЕ. – 2003. – № 2. – С. 70-73.
3. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія [Текст] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецьк: Дон ГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. – 147 с.
4. Довбенко В.І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації [Текст] // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2007. – № 6 (35). – С. 29-35.
5. Ємець В. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на українському та міжнародному ринку / В. Ємець // Вісник студентського наукового товариства «Ватра» Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету: за матеріалами II Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих», 25 квітня 2013 року. – Вінниця : Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2013. – Вип. 13. – С. 94-97.
6. Левченко І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному рівні / І. Левченко // Вісник студентського наукового товариства «Ватра» Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету:

за матеріалами II Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих», 25 квітня 2013 року. – Вінниця : Центр підготовки наукових та навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2013. – Вип. 13. – С. 138-141.

Денисенко А.В.

аспірант,

Київський національний торговельно-економічний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РИЗИК-КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ

Діяльності туроператорів притаманний високий рівень ризикованості. Це спричинено перш за все специфікою туристичного продукту, у тому числі особливостями процесів його формування та реалізації. Низка подій, котрі відбулися у 2014 році відбулася, погіршили негативно впливають на діяльність туроператорів та посилюють прояв ризиків, а саме:

- окупація Російською Федерацією Автономної Республіки Крим поставила під сумнів можливість діяльності багатьох вітчизняних туроператорів (з високою часткою доходів від організації туризму за даною дестинацією);
- девальвація національної валюти зменшила попит на виїзний туризм;
- військові конфлікти на сході України також негативно позначилися на попиті на туризм.

Існуючі негативні тенденції та недостатнє розкриття у наукових дослідженнях окремих аспектів внутрішнього контролю діяльності туристичних підприємств, інформаційна база якого має забезпечувати прийняття ефективних управлінських рішень, в умовах перманентної загрози впливу ризикотвірних факторів, породжують необхідність дослідження ризик-контролю туристичних підприємств, що й обумовлює актуальність дослідження організаційних аспектів ризик-контролю.

Серед українських науковців, які досліджують проблематику внутрішнього контролю і приділяють увагу порядку і принципам його організації, в тому числі з урахуванням орієнтації системи внутрішнього контролю на ризики, можна виділити: Бардаша С. В. [1; 2], Вуйціва Н. Н. [3], Городиського М. П. [4], Дрозд І. К. [5], Калюгу Є. В. [6], Максимову В. Ф. [7], Петренко С. М. [8] та інших. Однак, дані