

ЗАХОДИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

**МАРЧЕНКО А.О., КРИВОНІС І.І., СТУДЕНТКИ*,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Наслідком провадження трансформаційних процесів в економіці України за останні роки стало послаблення організаційних основ формування та ефективного управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств. Це, в свою чергу, посилює загрозу витіснення українських компаній зарубіжними конкурентами, не лише на внутрішньому ринку України, а й на зовнішніх (міжнародних) ринках. Перед підприємствами, що орієнтовані на міжнародний ринок, постають проблеми формування стійких ефективних конкурентних переваг, метою яких є ефективне функціонування на міжнародному конкурентному ринку загалом.

Мета дослідження полягає у визначенні існуючих заходів щодо підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності через їх розподіл на зовнішні та внутрішні, а також у проведенні аналізу зазначених заходів з представленням пропозицій перспективного розвитку вітчизняних підприємств.

В теорії підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств є можливими за рахунок формування ефективних конкурентних переваг. Всі існуючі заходи стосовно підвищення ефективності конкурентних позицій вітчизняних підприємств можна розподілити на дві групи – внутрішні заходи та зовнішні.

Що стосується внутрішніх заходів, то слід зазначити, що підприємства мають можливість розробляти та впроваджувати їх у життя самостійно, використовуючи при цьому лише власні ресурси. До таких заходів можна віднести, наприклад, фінансування науково-технічних досліджень в належному обсязі, модернізація та заміна застарілого, як морально, так і фізично, обладнання. Також особливу увагу слід надати проведенню заходів, які є необхідними для впровадження міжнародної сучасної системи якості «ISO», розробці ефективного механізму оперативного реагування на будь-які звернення споживачів та постачальників, проведенню агресивної політики розподілу продукції та її збуту в різних країнах та ін.

* Науковий керівник: Мандич О.В., к.е.н., доцент

До зовнішніх заходів відносять безліч факторів, однак без допомоги держави, державного регулювання або міжнародних організацій, наразі, здійснити їх виконання неможливо. Зовнішні заходи, в першу чергу, пов'язані з діями та заходами українського уряду. Ці дії є важливими як на рівні міжнародних відносин, так і у внутрішніх економічних стосунках між вітчизняними підприємствами.

Внутрішні заходи українського уряду повинні стосуватися, як приклад, зниження податкового тиску та податкового навантаження підприємств – виробників продукції; захисту вітчизняних товаровиробників в антидемпінгових розслідуваннях; вирішення проблем щодо повернення податку на додану вартість; забезпечення стабільного курсу національної валюти; покращення економічного клімату в країні; дотримання встановлених міжнародних економічних стандартів; створення сприятливих умов для збільшення обсягів залучення іноземних інвестицій; удосконалення нормативно-правової бази щодо перспективного розвитку конкурентного середовища, як зовнішнього, так і внутрішнього тощо [2].

Важливим для формування потенціалу розвитку вітчизняних підприємств є їх переорієнтація на досягнення високих цілей підвищення рівня конкурентоспроможності й виходу на міжнародні ринки, як надійних партнерів [3, 4]. Для виходу на зарубіжні ринки за умов глобалізації вітчизняним підприємствам потрібно не лише проваджувати діяльність на внутрішніх заходах країни, а й слід активно здійснювати процеси зовнішніх заходів, зокрема, проводити закупівлі активів іноземних компаній, власноруч створювати іноземні філії та представництва і головне – формувати сучасні схеми постачання, розподілу та збуту своєї продукції з метою наближення до споживача, як вітчизняного, так і іноземного.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: [Монографія] / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк : Дон ДУЕТ, 2006. – 294 с.

2. Довбенко В.І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / В.І. Довбенко // Зовнішня торгівля: право та економіка. – № 4. – 2007. – С. 15-21.

3. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – Випуск 162. – Х. : ХНТУСГ, 2015. – С. 229-234.

4. Мандич О.В. Компоненти розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного аграрного університету. серія «Економічні науки». – Вип. 1. – Харків: ХНАУ. – 2016. – С. 130-135.

5. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): [навчальний посібник] / За ред. І.Ю. Сіваченка. – Київ : ЦНА, 2003. – 186 с.

ОКУПАЕМОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТСМЕНОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

***МАТВИЕНКО А.И.,
ПОЛОЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ***

Современные рыночные условия в странах с переходящей экономикой требуют существенных экономических реформ в области профессионального спорта (ПС) [1], основой которых является обновление организационно-экономических форм деятельности в этой сфере. Подобные реформы в странах с развитой рыночной экономикой начались уже давно, они привели к тому, что в настоящее время индустрия ПС этих стран демонстрирует значительные темпы экономического роста.

Развитие ПС как института рыночной экономики исследовали такие ученые, как Д. Болховер [2], К. Бреди [2], М. Брукс [3], Р. Форт [4, 5], Ф. Шааф [6], С. Шимански [6] и др.

На сегодняшний день профессиональные спортивные организации (ПСО) и лиги являются сложными коммерческими организациями и в этом плане не отличаются от предприятий в иных отраслях хозяйственной деятельности. В связи с этим можно утверждать, что основа ПС, базируется прежде всего, на экономических законах. Сегодня, ввиду развития конкуренции спортивных школ, возникает острая необходимость тесного взаимодействия затрат на качество подготовленности с конечными результатами окупаемости ПС, прибылью от сдачи их в аренду и трансферов в другие профессиональные команды. Поскольку именно такое взаимодействие позволяет более эффективно управлять ПСО и добиваться более высокой его прибыли.

Исследования окупаемости ПС, как в теории, так и на практике не осуществлялись, в первую очередь, вследствие отсутствия