

Фінансова диверсифікація здійснюється через застосування підприємством різних видів короткострокових і довгострокових фінансових вкладень, є важливим засобом управління фінансовими ризиками. Підприємства АПК, які здійснюють таку диверсифікацію мають вищу стійкість економіки, що є актуальним в умовах мінливого зовнішнього середовища і прояву кризових явищ: інфляції, неплатежів, низької платоспроможності населення [3].

Справжнім випробуванням для АПК є залучення інвестицій. Сільськогосподарські підприємства отримують незначні дотаційні кошти та аграріям доводиться розраховувати на свої сили. Чекається, що в 2013 р. ці виплати стануть ще менші. Великим агрохолдингам в цьому плані пощастило більше: у них є доступ до більш дешевих кредитів зарубіжних банків, можливість виходу на IPO або випуск облігацій. Дрібним і середнім виробникам щороку переживають непрості часи.

Збитковість аграрних підприємств зумовлює постійну нестачу фінансових ресурсів та обмежує діяльність і розвиток сільськогосподарських товаровиробників усіх організаційно-правових форм господарювання. Подолання кризи та стабілізація ситуації можлива тільки за умови розробки принципів та рекомендацій щодо якісного та прозорого підприємствами аграрного сектору України, дотримання яких підвищить їх інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність [4].

Література

1. Бібліотека економіста [Електронний ресурс]: Василенко О.І. Антикризове управління підприємством // Роль людського фактора в кризових ситуаціях. – Електронні дані. – 2005. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/60/4293.html>.
2. Волинський обласний фонд підтримки підприємництва [Електронний ресурс]: Байцим В.Ф. Механізми та інструменти ефективного антикризового управління корпораціями та підприємствами в умовах світової фінансової кризи. – Електронні дані (1 файл). – 2010. – Режим доступу: www.vofpp.lutsk.ua/vofpp/Baitsym_Antikriz.
3. Супіханов Б.К. Про підвищення конкурентоздатності аграрного виробництва в сучасних умовах // Економіка АПК. – 2008. – №5. – С. 3-8.
4. Іванюта С.М. Антикризове управління: Навч. посіб. / С.М. Іванюта. – К.: Центр учбової літератури, 2007.– 288 с.

Чебышева А.В., Задорожный С.С., Жильченкова В.В., к.э.н., доц.
ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье рассматриваются пути повышения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации. Особое внимание уделяется факторам, имеющим наибольшее влияние на повышение конкурентоспособности с учётом особенностей современного рынка.

Структура международного и национального рынка изменилась. Современный рынок имеет определенные особенности, главной из которых является его включение в процесс глобализации. В глобальной экономике конкурентоспособность означает способность занять наиболее выгодную позицию в постоянно меняющейся маркетинговой среде, формирующейся под влиянием факторов, находящихся за пределами национальной экономики. На первое место в условиях глобализации выходят такие факторы повышения конкурентоспособности, как трудовые ресурсы, соответствующие требованиям международного рынка труда, инновации, соответствие системы качества на предприятии международным стандартам, непрерывное совершенствование реализуемой на внутреннем рынке продукции национальных производителей и расширение их деятельности на международном рынке.

Вопросы формирования глобальной электронной среды как важнейшего ресурса, обеспечивающего развитие экономики, рассматриваются в статье А.С. Гальчинского „Трансрыночные трансформации” [1, с. 4]. Роль Интернета в обеспечении сбытовой деятельности предприятий исследует И. Яровая в статье „Интернет как инструмент продвижения продукции промышленных предприятий” [3]. Вместе с тем, не все аспекты

влияния новых факторов современного рынка на конкурентоспособность предприятия нашли достаточно полное отражение в имеющихся публикациях.

Целью статьи является определение особенностей современного рынка и путей повышения конкурентоспособности предприятия, функционирующего в этих условиях. В рыночной экономике становится ясно, что повышение конкурентоспособности предприятия в частности и национальной экономики в целом является необходимым условием для интеграции страны в глобальную экономику.

Конкурентоспособность базируется на качестве, скорости принятия решений, техническом преимуществе, обслуживании и дифференциации продукта. Главной детерминантой конкурентоспособности, идет ли речь о национальном секторе или уровне предприятия, является повышение общей продуктивности (производительности). Изменяющаяся природа производства и его организации, также как и изменения рыночной ситуации, требует новых концепций продуктивности. Безусловно, что на повышение конкурентоспособности предприятия огромное влияние оказывает сам рынок, т. е. рыночная среда, в которой функционирует предприятие, и его особенности. К таким особенностям можно отнести глобализацию рынка и наличие всемирной информационной сети.

Конкурентоспособность фирмы на отдельном рынке определяется как способность удовлетворять потребности покупателей лучше, чем соперники [4, с. 50]. Решение этой задачи требует различных подходов в различное время в зависимости от постоянно меняющихся условий внутренней и внешней среды. Предприятие должно быть гибким к изменениям внешней среды и своевременно реагировать на эти изменения. В настоящее время бизнес становится все более сложным, разноплановым и динамичным. Технологии, люди, информация, деньги, система менеджмента меняются гораздо быстрее, чем раньше, приводя к созданию все более конкурентных рынков. Предприятия вынуждены постоянно разрабатывать и применять инновационные стратегии, чтобы занять конкурентную позицию на рынке. Пока фирмы конкурируют друг с другом, такие инфраструктуры как телекоммуникации, транспорт, уровень образования и технические навыки поощряют конкуренцию предприятий. Основа конкуренции – всегда идти наравне с техническим, технологическим, информационным прогрессом и не отставать от постоянно меняющихся условий. Повышение конкурентоспособности предприятия достигается путем ориентации предприятия на потребителя, улучшения качества продукции, внедрения инновационной политики, более качественного использования ресурсов, в том числе человеческих, улучшения условий работы и ряда других факторов.

Основными факторами, которые определяют конкурентоспособность предприятия, являются: стратегия фирмы; наличие материальных, трудовых, финансовых ресурсов; инновационный потенциал; доля рынка; эффективность менеджмента; выпуск конкурентоспособной продукции. Существуют два вида конкурентного преимущества:

– более низкие затраты (способность предприятия разрабатывать, выпускать и продавать похожий товар с наименьшими затратами, чем у конкурентов);

– дифференциация товаров (способность обеспечения покупателя большей ценностью в форме нового качества товара, его особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания, что дает возможность устанавливать более высокие цены) [5, с. 896].

Скорость, эффективность, оригинальность, ориентация на потребителя, качество и продуктивность – это факторы, которые могут привести к занятию фирмой более выгодной конкурентной позиции, в том числе в глобальной экономической системе. Для того, чтобы предложить пути повышения конкурентоспособности предприятия необходимо хорошо представлять внешнюю среду, в которой работает предприятие, её факторы и иметь четкое представление о внутренней среде предприятия. Для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо обращать внимание на обдуманное, взвешенное и квалифицированное управление производством с учетом специфических условий переходного периода, а также на разработку и реализацию внешней и внутренней

конкурентоспособной политики предприятий.

Кроме того конкурентоспособность предприятия зависит от выполнения следующих условий:

- правильного понимания предпочтений зарубежных потребителей;
- знания правил и культуры ведения бизнеса в отдельно взятой стране;
- знания уровня конкурентоспособности в отрасли;
- внесения в свой продукт изменений и модификаций в соответствии со вкусами и традициями потребителей той страны, куда будет экспортироваться товар;
- учет особенностей каналов распределения;
- правильный выбор способа проникновения на рынок;
- учет культурных, социальных, политических, технологических, экологических и юридических особенностей [2, с. 752].

Исходя из проведенного выше анализа, можно сделать вывод, что в условиях глубоких структурных изменений международного и национального рынка главная задача предприятия состоит в нахождении своей ниши в жестких условиях конкуренции на мировом рынке. Для этого предприятие, действующее в глобальной экономике, должно учитывать особенности современного рынка. На первое место в условиях глобальной экономики выходят следующие факторы повышения конкурентоспособности предприятия: проведение инновационной политики, которая определяет возможность предприятия конкурировать не только на внутреннем, но и на внешних рынках; наличие квалифицированных трудовых ресурсов, соответствующих требованиям международного рынка труда; гибкая система управления качеством на предприятии; непрерывное совершенствование реализуемой на внутреннем рынке продукции национальных производителей и расширение их деятельности на международном рынке. Предприятие, чья стратегия определяется как глобальная, должно учитывать также культурные, социальные, политические, технологические, экологические и юридические особенности, рынка отдельно взятой страны.

Литература

1. Гальчинский А.С. Трансрыночные трансформации // Экономическая теория. – 2007. – №1. – С. 3-12.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского / Ф.Котляр. – Петербург: СПб.: Питер, 2002. – 752 с.
3. Яровая И. Интернет как инструмент продвижения продукции промышленных предприятий // Экономика Украины. – 2006. – №12. – С. 48-53.
4. Бобров В.Я. Основы ринкової економіки. – К.: Либідь – 1995. – 320 с.
5. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ. /М.Портер – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

Чернышова О.В.

ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»

МИГРАЦИЯ КАК СЛЕДСТВИЕ

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ В УКРАИНЕ

На сегодняшний день Украина является молодым независимым государством, которое постепенно и уверенно прокладывает свой путь в мировое экономическое пространство. Тем самым Украина оказалась в конкурентной внешней среде, к которой ее экономика оказалась недостаточно подготовленной.

Одной из важнейших проблем нашей страны является трудовая и учебная миграция молодежи – сложный процесс, затрагивающий стороны социально-экономической жизни. Развитие миграции стало угрожающим фактом после распада СССР, когда стала популярна возможность миграции за рубеж с учебными целями. Также социально-угрожающее значение имеет выезд взрослого населения за пределы Украины с трудовыми целями, которое со временем вовлекает в миграционные процессы молодежь.