

номним буде експорт, еластичність іноземного попиту на який буде менше 1(одиницю).

Дана модель розглядає експорт та імпорт України протягом 2006—2012 років на основі 21-ї підгрупи, визначеної згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності, далі УКТЗЕД.

Частка автономних складових в нашому експорті коливається близько 15 % від загального обсягу експорту за 2006—2012 рр. На рис. 1 ми бачимо, що частка автономних складових в структурі експорту нашої країни зростає. Це свідчить про недостатність підтримки експорту тільки ціновими чинниками.

Що ж до імпорту, то тут ми бачимо, що, незалежно від того, що імпорт став дорожчим, національний попит на імпортовані товари все одно збільшується. Це свідчить про незадоволення резидентів національним виробником та недовіру до нього.

Література

1. Барр Р. Политическая экономия. — М.: Международные отношения. — 1995, т.2, т.2. — 691 с.
2. Киреев А.П. Международная экономика. В 2-х ч.-Ч. II. Международная макроэкономика: открытая экономика и макроэкономическое программирование. Учебное пособие для вузов.-М.: Междунар. Отношения, 2001. — 488 с.
3. Савченко А. Г. Макроекономіка: Підручник. — К.: КНЕУ, 2005. — 441 с.
4. Bhagwat, A & Onitsuka, Y, 1974. Export-Import responses to devaluation: Experience of the Non-industrial countries in the 1960s. IMF staff paper, vol-21, No.2, July, 1974, pp. 462.
5. Офіційний сайт Держаної служби статистики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Солов'янчик А. В.

(ф-т економіки та управління, IV курс)

АЛГОРИТМ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність. Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки та характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринкового

середовища. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сьогодні виступає першочерговим елементом забезпечення ефективного ведення діяльності та передумовою здобуття стійких конкурентних переваг у довготерміновій перспективі.

Дослідження показали, що дане питання досліджує значна кількість як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, існує безліч підходів та методів оцінювання конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Але головна проблема полягає в тому, що більшість з них неможливо застосувати для підприємств на вітчизняному ринку. Тому перед керівниками гостро постає питання, як реально можна оцінити позицію власного підприємства у конкурентному середовищі.

Постановка проблеми. Метою даної статті є розробка алгоритму оцінювання конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Результати дослідження. Існує безліч підходів до визначення сутнісної характеристики як потенціалу підприємства, так і його конкурентоспроможності. Більшість науковців виділяють потенціал як сукупність ресурсів підприємства, що дозволяють йому досягти поставлених цілей [1]. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства розглядається як набір можливостей, ресурсів, параметрів, показників, що визначають успіх підприємства на певному ринку [5].

Узагальнюючи, можна сказати, що конкурентоспроможність потенціалу підприємства — це здатність підприємства, використовуючи власні ресурси, запаси, можливості та переваги, досягати поставлених цілей та задовольняти потреби споживачів кращим від конкурентів способом.

Для оцінювання конкурентоспроможності потенціалу підприємства в зарубіжному бізнесі використовуються різноманітні методи, які класифікують таким чином [3; 6]:

- за напрямком формування інформаційної бази — критеріальні методи, експертні методи;
- за способом відображення кінцевих результатів — графічні методи, математичні методи, логістичні методи;
- за можливістю розробки управлінських рішень — одноментні методи, стратегічні методи;
- за способом оцінки виділяють індикаторні методи, матричні методи.

Також можна виділити й такі методи оцінки конкурентоспроможності [2]:

1. Методи, що засновані на аналізі порівняльних переваг.
2. Методи, що базуються на теорії рівноваги фірми і галузі.

3. Методи, що побудовані на основі теорії ефективної конкуренції.

4. Методи, що засновані на теорії якості товару.

5. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності.

6. Інтегральний метод.

7. Метод, що заснований на теорії мультиплікатора.

8. Метод визначення позиції в конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства.

9. Методи, що засновані на порівнянні з еталоном.

Кожен метод має свої переваги та недоліки [4], тому для ґрунтовного аналізу необхідно використовувати комплексний підхід, який включає в себе різні методи.

Виходячи з результатів дослідження, можна запропонувати такий алгоритм оцінювання конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Крок 1. Дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища за допомогою SWOT-аналізу.

Крок 2. Визначення конкурентної позиції серед найближчих конкурентів з використанням методу набору конкурентоспроможних елементів та побудови карти конкурентоспроможності.

Крок 3. Оцінка конкурентоспроможності бізнесу найближчих конкурентів і побудова матриці Мак-Кінзі для визначення подальшої поведінки та стратегії підприємства.

Перевагами даного підходу є:

1. Комплексне охоплення усіх складових конкурентного середовища.

2. Використання бальної оцінки, що дозволяє отримати конкретні числові результати.

3. Порівняння конкурентної позиції серед найближчих конкурентів.

4. Графічна ілюстрація результатів.

Недоліки:

1. Необхідність залучення висококваліфікованих спеціалістів.

2. Суб'єктивізм експертів.

Висновки. Конкурентоспроможність підприємства є агрегованим показником потенційних можливостей усіх структурних одиниць та елементів потенціалу підприємства, а також його здатності оперативно реагувати та пристосовуватися до чинників мінливого зовнішнього середовища. Єдиної методики для оцінювання конкурентоспроможності потенціалу підприємства не існує, але будь-яка методика повинна будуватися на основних принципах:

- комплексний підхід (поєднання різних методів);
- використання як одиничних показників, так і відносних;
- застосування інтегральної оцінки;
- графічна інтерпретація результатів;
- порівняння з найближчими конкурентами;
- визначення стратегічної поведінки підприємства.

Література

1. Бабина О. Є. Потенціал як системна економічна категорія / О. Є. Бабина // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2011. — № 36. — С. 23—26.

2. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Голловко. — Харьков: ХГЭУ — Торнадо, 2003. — С. 97—121.

3. Пожуев О. В. Оцінка конкурентоспроможності потенціалу суб'єктів господарювання, методи його оцінювання / О. В. Пожуев // Вісник Хмельницького національного університету. — 2010. — № 5, Т. 2.

4. Пожуев О. Т. Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства / О. Т. Пожуев // Гуманітарний вісник ЗДІА. — 2011. — № 44. — С. 193—196.

5. Салавеліс Д. Є. До питання визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства / Д. Є. Салавеліс // Вісник Хмельницького національного університету. — 2009. — № 6, Т. 3. — С. 282—283.

6. Сачинська Л. В. Формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та його оцінка / Л. В. Сачинська, О. В. Бедін // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». — 2012. Випуск 9 (33). — Ч. 3.

Солов'янчик І. В.

(юридичний факультет, IV курс)

РЕЖИМ ВІДЕОКОНФЕРЕНЦІЇ ЯК НОВЕЛА ГОСПОДАРЬСЬКОГО ПРОЦЕСУАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ

В липні 2012 року в процесуальному законодавстві України з'явився новий інститут — можливість участі у судовому процесі в режимі відеоконференції.

Введення даних норм обґрунтовувалося тим, що процедура судочинства має забезпечувати не тільки неупереджений та справедливий розгляд справи судом, але й оперативність такого роз-