

ступеня канд. геогр. наук : спец. 25.00.24 «Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география» / Соболев Алексей Викторович – Санкт–Петербург, 2015. – 20 с.

11. Панфилов, В.С. Типология региональных образований экономического пространства [Текст] / В.С. Панфилов // ВЭПС. – 2010. – №2. – С. 42–45.



Горкавий Олександр

студент

Науковий керівник: к.е.н., старший викладач Липтєва В. В.
Київський національний торговельно–економічний університет
м. Київ

РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ НА МІКРО–, МЕЗО– ТА МАКРОРІВНЯХ

В умовах розвитку ринкової економіки в Україні постає досить нове для нашої країни питання сприятливих рамкових умов діяльності ведення бізнесу.

Вони формуються в умовах розвитку конкуренції на різних рівнях взаємодії економічних суб'єктів. Розмістимо їх на зображеному нижче рисунку 1 відповідно до спектру їх впливу на взаємодію суб'єктів економічних відносин.

Згідно з класифікацією Михайла Гельвановського рівні їх взаємодії можна умовно поділити на три окремих рівня [1]:

1. Макрорівень – це рівень, що охоплює всю національну економіку.
2. Мезорівень – що включає в себе окремі галузі або корпоративні об'єднання підприємств.
3. Мікрорівень – на цьому рівні розглядається конкурентоспроможність окремого підприємства, виробництва чи виду продукції.



Рис. 1. Вертикальна структура поняття «конкурентоздатність» [1]

Важливо чітко розібратися в межах діяльності суб'єктів різних рівнів конкурентної взаємодії.

На макрорівні суб'єктами конкурентної боротьби виступають товари – конкретні види продукції або послуг. На цьому рівні формується, умовно назвемо цю категорію, мікроконкурентоздатність, в широкому розумінні – це сукупність факторів, які забезпечують перевагу товарів чи послуг, що виготовляється фірмою перед конкурентами при їх обміні на гроші чи їх еквівалент на внутрішньому і зовнішньому ринках. До критеріїв конкурентоспроможності на цьому рівні відносять рівень корупції на підприємстві, якість працівників, що приймає участь у виробництві, устрій підприємства та ін. [2].

На мезорівні до суб'єктів конкурентної боротьби в першу чергу варто віднести не одну фірму, а їх множину, корпоративні об'єднання, галузеві і міжгалузеві комплекси, які формують мезоконкурентоздатність, що розуміється як сукупність умов і факторів, що забезпечують підприємствам в галузі стійкий рівень обсягів виробництва і збуту конкурентоздатних товарів на внутрішньому і зовнішньому ринках. Тут до критеріїв оцінки розвитку конкурентоздатності варто віднести: норми та обмеження в галузі чи на конкретному релевантному ринку збуту продукції, співвідношення «економічної сили» між економічними суб'єктами, структура та обсяг ВВП, ефективність механізму узгодження економічних інтересів фірм та органів влади на місцевому рівні.

На макрорівні суб'єктами конкурентної боротьби виступають національні господарства окремих країн. Це рівень макроконкурентоздатності, яка визначається як сукупність факторів, що здійснюють вплив на розвиток сукупного виробництва та забезпечують довгострокові конкурентні переваги в світовій економіці у порівнянні з іншими країнами. Критеріями розвитку рівня конкурентоспроможності на макрорівні виступають: індекс корупції в країні,

Ці три категорії, вибудовуючи ієрархію формування конкурентних переваг, в сукупності формують вертикальну структуру поняття конкурентоздатність, як економічної категорії.

На кожному з цих рівнів вирішуються окремі завдання притаманні кожному з трьох категорій, тому при аналізі розвитку конкурентоздатності важливо зрозуміти головні цілі, які переслідують суб'єкти конкурентної боротьби, які втілюють в собі набір унікальних конкурентних переваг. З цього логічно слідує той факт, що цілі фірм і країн відрізняються між собою, отже і конкурентоздатність буде суттєво відрізнятися у цих суб'єктів, наприклад, за масштабами та часовими рамками.

Спільним для всіх трьох рівнів можна назвати обов'язкову наявність конкурентної стратегії, відсутність якої фактично означає відсутність ефективної конкурентної боротьби [3].

Вона складається із трьох основних елементів:

1. Оцінка позицій об'єкта конкурентної боротьби, яким виступає товар, фірма чи країна, в залежності від рівня конкурентної взаємодії.
2. Прогностична оцінка умов конкурентного середовища.
3. Безпосередня розробка стратегії поведінки, виражена певним послідовним планом дій за різних обставин.
4. Головним завданням тут є виділення наявних конкурентних переваг та слабких сторін у порівнянні з конкурентами.

Список використаних джерел

1. Гельвановский, М. И. Конкурентоспособность национальной экономики и глобализация: что нас ждет в XXI веке?
2. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст] / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : Новости. – 2000. – 255 с.
3. Лупак Р.Л. Економічне обґрунтування стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст] / Р.Л. Лупак // Бізнес Інформ. – 2013. – № 4. – С. 320–325.

**Грищенко Алина**

доцент

Якубова Ирина

к.э.н.

Полесский государственный университет
г. Пинск, Республика Беларусь**ЗАТРАТЫ НА КАЧЕСТВО — ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА**

На современном этапе развития современная экономика показывает, что предприятия, сталкивающиеся с постоянно возрастающими требованиями к качеству продукции и услуг, могут соответствовать ожиданиям потребителей лишь в том случае, если их руководство проводит жесткую финансовую политику, нацеленную на достижение определенных финансовых результатов. Для этого необходимо проводить учет, анализ и оценку затрат на качество, которые очень тесно связаны с совершенствованием деятельности и целями предприятия.

Теоретическая база концепции затрат на качество сформировалась еще в 50-е гг. XX в. Начало этому процессу положили отчеты о проведении подобных оценок в некоторых ведущих корпорациях США. Данные, полученные исследовательским отделом «General Systems», показывают, что общие затраты гораздо ниже, а уровень качества выше в компаниях, систематически оценивающих свои затраты на качество и управляющих ими. В Республике Беларусь также проводились исследования, связанные с измерением затрат на качество.

Затраты на качество – это такие затраты, которые связаны с обеспечением уровня качества продукции, достижением его в процессе производства, призванные удовлетворять потребности клиентов, партнеров и всего общества в целом.

Отправной точкой в определении фактических затрат на качество является их научно–обоснованная классификация. Существуют различные классификации затрат на качество. Самую известную классификацию предложил А. Фейгунбаум. Его подход подразделяется на четыре категории:

1. Затраты на предупреждение возникновения дефектов (предупредительные затраты).
2. Затраты на оценку качества продукции (оценочные затраты).