

Знання, 2008. – 525 с.

4. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета [Текст] / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2005 – 496 с.

5. Шуть О. Н. Информация как экономический ресурс : [Электронный ресурс] / О. Н. Шуть // Экономика России: основные направления совершенствования. – 2005. – № 7. – Режим доступа : [http:// www/cfin.ru](http://www/cfin.ru).

6. Лисенко, Н. М. Облікова інформація в системі управління підприємства (на прикладі житлово-комунального господарства) [Текст] / Н. М. Лисенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – № 9(52). – С. 62–68.



УДК 339.137.2:339.94

Ковтун Олег

к.е.н., доцент

Львівська комерційна академія

м. Львів

УМОВИ, ШЛЯХИ ТА ЗАСОБИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО ЛІДЕРСТВА ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація

У статті визначені і охарактеризовані найбільш вагомі джерела ключових факторів успіху (конкурентоспроможності) та засобів, шляхів і механізмів формування конкурентних переваг транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації, а також акцентовано увагу на важливості створення для цього необхідних умов.

Ключові слова: *транснаціональні корпорації, конкурентоспроможність, ресурси, конкурентні переваги, глобалізація, умови, засоби.*

Конкурентоспроможність ТНК, як глобальної корпорації – це її здатність до конкурентної боротьби в певному галузево-ринковому сегменті (ГРС) на ринках світу. Сьогодні вона ґрунтується, насамперед, на накопиченому досвіді й знаннях, інтелектуальному капіталі, інноваціях, конкурентних можливостях, унікальних навичках, стратегічно цінних матеріальних і нематеріальних активах, ринкових досягненнях, які є елементами конкурентоспроможності і складають у сукупності потенціал конкурентоспроможності ТНК як глобальної корпорації.

Цей потенціал необхідний у конкурентній боротьбі для отримання конкурентних переваг за ключовими факторами успіху – КФУ (конкурентоспроможності) в галузях її діяльності і на різних ринках світу, де вона присутня, або бажає бути присутньою на шляху забезпечення собі глобального конкурентного лідерства, а, відтак, тривалої стабільної прибутковості.

У той же час, серед найбільш вагомих джерел (КФУ) та засобів формування конкурентних переваг ТНК в умовах глобалізації ми виділимо:

1) ідентифіковані, зрозумілі для споживачів унікальні відмінні особливості (і не тільки у товарній пропозиції, а в тому числі й у засобах комунікації, просування товару на ринок, методів вилу на споживачів, формування політики бренду, менеджменті тощо);

2) фінансові, технічні, матеріальні, людські, маркетингові, інформаційні та інші ресурси ТНК, як господарюючого суб'єкта в глобальному масштабі, наявність й достатність яких обумовлюють виробничий процес та його ефективність (особливо ТНК, враховуючи особливості територіального розміщення його структурних підрозділів), оскільки для ТНК важливою обставиною є специфіка її міжнародного бізнесу та розташування Конкурентна перевага у ресурсах та ефективності їх використання залежатиме від доступності та належної конфігурації необхідних ресурсів. ТНК свої структурні підрозділи може мати у декількох різних країнах, у яких рівень кваліфікації працівників, якість сировини, матеріальні витрати на виробництво тощо можуть суттєво відрізнятись й не відповідати потребам компанії, що у випадках невідповідності може призвести до проблем, які обумовлять зниження конкурентоспроможності компанії та втрати нею завойованих ринкових позицій;

3) одним із ключових факторів успіху, який сьогодні здатен сформувати потужну конкурентну перевагу ТНК в глобальному масштабі, є *інновації у всіх сферах його функціональної діяльності*: товарні, технологічні, маркетингові, в менеджменті та інші (детальніше див. [1]);

4) системність, глибина та точність інформації про світовий ринок та його регіональні сегменти також є важливим джерелом конкурентних переваг ТНК в динамічному підприємницькому середовищі міжнародного бізнесу та за умов складностей її (такої інформації) отримання та накопичення. Пропонуючи свої товари та послуги у різних країнах світу, у ТНК потрібно знати про національну культуру, традиції, підвалини, які обумовлюють специфіку поведінки споживачів цієї країни, оскільки їх урахування є обов'язковою умовою ефективної діяльності ТНК. Також потрібне знання та усвідомлення реального стану кон'юнктури та тенденцій конкурентного середовища визначеного товарного ринку тієї чи іншої країни. А ці знання, як компетенції ТНК, потребують наявності у неї актуальної, достовірної, об'єктивної, повної інформації;

5) важливим чинником (джерелом) конкурентоспроможності ТНК є диверсифікація їх діяльності. Успішна диверсифікація може забезпечити як утримання завойованої позиції на ринку у разі загострення конкурентної боротьби, так й сприяти її покращенню на міжнародному ринку через утворення стійкої конкурентної переваги завдяки активній позиції ТНК на міжнародному ринку й розширення сфер впливу, ринків збуту;

6) сьогодні, відповідно до світових тенденцій у зростанні уваги споживачів до безпеки життєдіяльності, стану навколишнього середовища, а також підвищення значимості корпоративної культури, набуває ваги для формування

конкурентних переваг і використання нематеріальних активів, в якості специфічних компетенцій сучасності, використовуючи які, ТНК мають можливість зміцнити свої конкурентні позиції на світовому ринку.

Відтак, конкурентоспроможність ТНК формується різними чинниками, які можуть виявлятися у його конкурентних перевагах. *Однак, особлива увага на наш погляд має приділятися проблемі їх створення та реалізації.*

Якщо йдеться про ТНК, як диверсифіковане мультибізнесове підприємство, то конкурентоздатність такого підприємства – це комплекс, система його конкурентних можливостей як у різних сферах функціональної діяльності для отримання конкурентних переваг в окремому бізнесі, так і конкурентних можливостей, закладених в реалізації *ефективної корпоративної стратегії, яка в якості конкурентних можливостей* (а отже, КФУ, факторів конкурентоспроможності, які проявляються в конкурентних перевагах), але вже в масштабах усього багатопрофільного підприємства, а не окремих його видів діяльності (сегментів бізнесу), хоча і стосовно них (бо конкурентоспроможність підприємства можна розглядати лише у стосунку певного бізнесу, певного ГРС, через порівняння із аналогічними конкурентами), *розглядає: 1) синергізм, отриманий від диверсифікації, інтеграції, інтернаціоналізації (транс націоналізації) та глобалізації* (а отже, і самі диверсифікацію, інтеграцію та інтернаціоналізацію); 2) *ефективний перерозподіл ресурсів*, у т. ч. фінансових, між різними секторами бізнесу, різними галузями, ринками, дочірніми компаніями, філіями тощо; 3) *формування оптимального господарського портфеля* тощо [2, с. 20-21].

При цьому конкурентоспроможність глобального підприємства розглядається з двох позицій, охоплює два аспекти: *ринковий*, у контексті якого вона є характеристикою (в динаміці) підприємства щодо міри задоволення ринкового попиту його продуктом від певного бізнесу; *ресурсний*, у контексті якого вона є характеристикою шляхів забезпечення випуску підприємством конкурентної продукції. Ринковий підхід до формування конкурентоспроможності (обґрунтований Гарвардською школою бізнесу за участю М. Портера) ґрунтується на позиції, що потреба в ресурсах визначається ринковим становищем підприємства, ресурсний (обґрунтований Е. Рюлі, Р. Холлом) – навпаки, що ринкове становище підприємства визначається його ресурсним потенціалом і його управлінням.

Аналіз статистичних та наукових матеріалів, що характеризують становлення, діяльність, розвиток і трансформації ТНК в умовах глобальних трансформацій світової економіки дає можливість визначити ***основні шляхи та механізми (засоби та засновані на них відповідні заходи) формування конкурентних переваг ТНК*** на сучасному етапі їх розвитку та здобуття глобального конкурентного лідерства: 1) диференціація діяльності й забезпечення на цій основі вигод синергії; 2) експансія ТНК шляхом злиття та поглинань з метою зростання; 3) завоювання лідерства у технологіях шляхом активізації інноваційної діяльності; 4) формування позитивного іміджу компанії та бездоганної репутації; 5) використання ефектів масштабу та підтримка високої якості продукції; 6) гнучкість інвестиційної політики; 7) розміщення

закордонних філій поблизу ринків збуту; 8) управління ланцюжком створення вартості; 9) оптимальне сполучення та ефективне використання потенціалу наявних ресурсів; 10) інноваційність та динамічна адаптивність; 11) підвищення ефективності використання нематеріальних активів; 12) ефективне управління капіталом; 13) удосконалення організації діяльності ТНК та ін.

При цьому, досягнення конкурентних переваг ТНК, як результату реалізації її КФУ, що відповідають КФУ в обраних нею галузях і на ринках діяльності можливе лише у разі **створення необхідних умов та використання визначених засобів і здійснення сформульованих вище заходів.**

На наш погляд до таких умов, насамперед, належать: 1) нарощування виробничого, інтелектуального, фінансового та науково-технічного потенціалу; 2) диверсифікація діяльності, пошук нових ніш, нових ринків; 3) оптимізація та мінімізація витрат за рахунок масштабів виробництва; 4) комплексне та всебічне дослідження національних ринків; 5) створення глобального бренду; 6) трансформація у відповідь на зміни у міжнародному маркетинговому середовищі; 7) організація систематичних, комплексних маркетингових досліджень з метою створення та підтримки якісного та повного інформаційного забезпечення; 8) активізація інноваційної діяльності; 9) організаційні інновації, організаційно-методологічна гнучкість ТНК та систематичне удосконалення організаційної структури ТНК; 10) забезпечення технологічного лідерства; 11) прогнозування потреб світового ринку, передбачення попиту.

При цьому, зазначимо, що сьогодні **основними джерелами (КФУ) конкурентних переваг ТНК стають чи можуть стати:** 1) її відмінні особливості; 2) її ресурси: фінансові, технічні, матеріальні, людські, маркетингові, інформаційні та їх доступність, достатність, відповідність потребам компанії, а також оптимальне використання; 3) удосконалення асортиментного складу продукції, підвищення якості продукції, запровадження виробництва нової продукції; 4) обґрунтована цінова політика, основними принципами якої мають бути спрямованість на споживачів, висока гнучкість, адаптивність; 5) актуальна, достовірна, об'єктивна, повна інформація про середовище бізнесу; 6) відповідність продукції та послуг компанії національним традиціям, культурі країни; 7) висока гнучкість, мобільність, адаптивність компанії; 8) ринкова та корпоративна культура підприємства, традиції, історія розвитку компанії; 9) розміщення компанії – близькість до джерел матеріальних та людських ресурсів, ринків збуту, транспортних шляхів та каналів розподілу; 10) імідж та репутація компанії.

Отже, загалом для формування стійких конкурентних переваг глобальних лідерів ТНК мають забезпечувати дотримання розглянутих умов та максимально використовувати як існуючі, так і потенційні джерела конкурентних переваг, враховуючи специфіку своєї діяльності та особливості розвитку світового підприємницького середовища, звертаючи увагу на пріоритетність та рівень значимості тієї чи іншої конкурентної переваги з огляду на стан та тенденції ринків, на яких вони працюють чи мають намір на них проникнути і успішно працювати.

При цьому треба зазначити, що зроблені нами висновки і пропозиції щодо умов, джерел та засобів забезпечення глобального конкурентного лідерства ТНК, обумовлені також тим, що сьогодні значно змінюються умови діяльності ТНК. Так, зокрема, оскільки *сучасна глобалізація є корпоративною за характером, вона призводить до формування нової системи глобальної конкуренції*, ознаки та тренди якої нами розглянуто в [3, с. 401-402].

Список використаних джерел

1. Ковтун, О. І. Інноваційні стратегії в системі забезпечення конкурентоспроможності для вітчизняних підприємств: теоретико-методологічні засади формування та реалізації : [монографія] / О. І. Ковтун – Львів : ЛКА, 2013. – 352 с.
2. Ковтун, О. І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст [Текст] : монографія / О. І. Ковтун – Львів : ЛКА, 2009. – 276 с.
3. Ковтун, О. І. Глобальна економіка [Текст] : підручник / О. І. Ковтун, П. О. Куцик, Г. І. Башнянин ; [за заг. ред. Ковтуна О. І.]. – Львів : ЛКА, 2014. – 704 с.



УДК 006.032:657.37

Кузик Наталія

к.е.н., доцент

Рубель Станіслав

магістр

Національний університет біоресурсів
і природокористування України
м. Київ

ОБНОВЛЕННЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОРЯДКУ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ АКТИВІВ ТА ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

Анотація

Статтю присвячено питанням оновлення порядку проведення інвентаризації активів і зобов'язань та оформлення її результатів. Зокрема, у статті здійснено аналітичний огляд змісту Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань, затвердженого Наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879.

Ключові слова: інвентаризація, нормативно-правове забезпечення, активи, зобов'язання, матеріали інвентаризації.

Інвентаризація – це один із найвірогідніших елементів методу контролю за збереженням майна, активів від розкрадання та нераціональних втрат, а також ефективний засіб забезпечення достовірності показників фінансової звітності [2]. Усе більше привертає інвентаризаційний процес увагу власників та керівництва господарюючих суб'єктів, які сьогодні працюють в умовах