

серед фахівців з управління активами високої відповідальності та подальшому розвитку організованого ринку спільного інвестування [3].

Однак, існує ціла низка проблем, пов'язаних з функціонуванням СРО вітчизняному фінансовому ринку. Основною проблемою є відсутність системного підходу до інституту саморегулювання на законодавчому рівні, а також не визначено з якою метою здійснюється саморегулювання. Необхідно також наголосити на відсутності системного та комплексного підходу до утворення та діяльності СРО. У чинному законодавстві закріплено підхід, за яким утворення СРО здійснюється відповідно до законів, що регулюють окремі галузі господарської або професійної діяльності. Можна навіть відмітити тенденцію: якщо галузевим законодавством передбачено можливість утворення СРО та встановлені певні вимоги до них, то такі організації вважаються саморегульованими.

Однак, в Україні діє низка організацій, яким притаманні ключові ознаки саморегульованої організації, проте законодавством не передбачено можливість функціонування їх у такому статусі.

Позитивні зрушення в цьому напрямку може дати впровадження Концепції реформування інституту саморегулювання в Україні, прийнятої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 травня 2018 року. Концепцію планується реалізувати протягом 2018- 2019 років. Метою прийняття Концепції є створення законодавчих основ для прийняття Закону України «Про саморегульовані організації», який забезпечить розв'язання назрілих проблем та визначення нових підходів до функціонування інституту саморегулювання в Україні [4].

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про затвердження Положення про саморегульовані організації професійних учасників фондового ринку: рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 17 лютого 2009 р. №125 (із змін.). Офіц. вісн. України. 2009. № 41. Ст. 1380.
2. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <http://www.nssmc.gov.ua/activities/annual>.
3. Офіційний сайт Української Асоціації інвестиційного бізнесу. URL: <http://www.uaib.com.ua/>
4. Концепція реформування інституту саморегулювання в Україні, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 травня 2018 рік N 308-р.

**УДК 339. 137. 2: 658.11**

**О.І. ШЕМИГОН**, канд. с.-г. наук  
*Білоцерківський національний аграрний університет*

#### **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Подано окремі сучасні підходи до оцінки конкурентоспроможності самого підприємства, а також продукції, що ним виробляється.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, товар, ринок, біржа, інформація, моніторинг.

Конкуренція – суперництво в якій-небудь галузі..., ... боротьба між приватними підприємцями за вигідні умови виробництва й збуту товарів при товарному виробництві; боротьба між капіталістами за найбільші прибутки [1].

Спроможність – здатність до здійснення чого-небудь, наявність умов, сприятливих для чого-небудь, обставин, які допомагають чомусь (комусь, допов. автора), можливість [2].

Аналізуючи тлумачення цих двох слів – підсумовуємо, що це свого роду змагання когось

із кимось за щось.

Додамо до цього словосполучення слово підприємство – фірма, що виробляє товари і послуги і організаційно може існувати як одноосібного підприємства, так і товариства чи корпорації.

Звідси виходить, що це змагання однієї фірми (товариства, корпорації тощо) з іншою за збут вироблених товарів і послуг.

Конкурентоспроможність підприємства визначається, здебільшого, за допомогою трьох груп показників.

Перша група – це показники, що характеризують економічні аспекти, – собівартість, ціну, умови оплати тощо.

Друга група – це показники, що характеризують стан та використання живої праці, основних виробничих фондів, матеріальних затрат, обігових коштів, а також фінансовий стан підприємства.

Третя група – це нормативні параметри, що показують чи відповідає виріб стандарту, нормам, правилам, що регламентують межі, з яких даний параметр не має права виходити. До останніх відносяться також ергономічні параметри (гігієнічні, фізіологічні, психологічні та ін.), що демонструють відповідність товару якостям людського організму та людської психіки, визначають зручність роботи, швидкість стомлення.

Проте, на думку В.Шарко, варто брати до уваги інший набір показників, а саме:

- 1) методи, що характеризують ринкові позиції підприємства: модель БКГ, модель М. Портера, метод «Мак-Кінзі», модель Shell/DPM, метод PIMS, модель Хофера/Шенделя;
- 2) методи, що характеризують рівень менеджменту підприємства: метод LOTS, метод GAP, ситуаційний аналіз, метод експертного оцінювання, метод картування стратегічних груп;
- 3) методи, що характеризують фінансово - економічну діяльність підприємства: фінансово - економічний метод, метод маргінального аналізу[3].

При оцінці конкурентоспроможності підприємства, на нашу думку, важливо враховувати стратегію поведінки конкурентів.

Конкурентоспроможність продукції – це характеристика продукції, яка відображає її відмінність від товару – конкурента як за ступенем відповідності конкретної суспільної потреби, так і за витратами на її задоволення.

Показник, що виражає таку відмінність, визначає конкурентоспроможність даної продукції по відношенню до продукції-конкурента.

Конкурентоспроможність будь-якої продукції може бути визначена лише в результаті порівняння, і тому є відносним показником.

Конкурентоспроможність визначається сукупністю властивостей цієї продукції, що входять до складу її якості та важливих для споживача характеристик, визначають затрати споживача при купівлі, користуванні (експлуатації) та утилізації продукції.

Оцінка конкурентоспроможності починається з визначення мети дослідження:

- якщо є потреба визначити положення окремо взятого товару серед аналогів, достатньо буде провести їх пряме порівняння за найважливішими показниками;
- якщо метою дослідження є оцінка перспектив збуту товару на конкретному ринку, то в аналізі має використовуватися інформація, що включає відомості про виробу, які вийдуть на ринок в перспективі, а також відомості про зміни діючих в країні стандартів, законодавства, динаміки споживчого попиту тощо.

Незалежно від мети, базою при оцінці конкурентоспроможності є, на наш погляд, вивчення ринкових умов. Проте, не останню роль у цьому процесі відіграють і підтримуючі структури. Якщо об'єднати перше і друге, то виходить:

- перше місце посідають зміни у вимогах замовників продукції, а їх примхи іноді непередбачувані;
- друге місце – за аналізом напрямків розвитку аналогічних розробок;
- третє місце – за варіантами можливого альтернативного використання продукції, що виробляється підприємством.

І, насамкінець, щоб забезпечити здорову конкуренцію на ринку, необхідно створити сучасну біржу і залучити до її роботи виробників і споживачів продукції. Усі технічні рішення відносно моніторингу галузі і роботи біржі мають базуватися на сучасних інформаційних технологіях з доступом до останньої через мережу Інтернет.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Словник української мови: в 11 томах. Т 4, 1973. С. 261.
2. Словник української мови: в 11 томах. Т 9, 1978. С. 605.
3. Шарко В.В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення. Науковий вісник Мукачівського держ. університету. 2015. С. 120-126.

**УДК: 351.851:37(477)**

**П.І. ЮХИМЕНКО**, д-р екон. наук

*Білоцерківський національний аграрний університет*

**Ю.П. ЯКИМЮК**, канд. наук із соціальних комунікацій

*Білоцерківський інститут економіки та управління Університету «Україна»*

#### **ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ПО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО КЛІМАТУ В АГРАРНИХ ВИШАХ УКРАЇНИ**

Розглянуто державну політику формування інноваційно-інформаційного клімату аграрного вишу, вплив на нього різних факторів зовнішнього соціокультурного середовища та особливості цього процесу в українських реаліях.

**Ключові слова:** аграрний виш, інноваційно-інформаційний клімат, конкуренція, людський капітал, інфраструктура вишу, новації.

У сучасних умовах активного процесу євроінтеграції України новий Закон «Про вищу освіту» (2014 г.) в центр уваги ставить підвищення вимог держави і суспільства до якості освіти, кардинального оновлення технології навчання в аграрних вишах на основі його інноваційно-інформаційного забезпечення. За відсутності чіткого визначення в Законі і єдиного підходу серед науковців до змісту поняття інноваційно-інформаційного клімату, ми будемо розглядати його щодо аграрних вишів як сукупність внутрішніх і зовнішніх умов, від яких залежить здатність їх успішно здійснювати інноваційно-інформаційну діяльність. В умовах реалізації вимог Закону визначальними внутрішніми факторами впливу на становлення інноваційно-інформаційного клімату аграрного вишу є: а) наявність висококваліфікованого професорсько-викладацького складу (людський капітал); б) традиції і авторитет вишу; в) сучасна розвинена інфраструктура, що дозволяє аграрним вишам реалізувати ідею «навчання протягом усього життя»; г) наявність бази практики студентів; д) рівень реалізації наукового потенціалу вузу (наявність статей в міжнародних наукометричних виданнях, монографій, включаючи зарубіжних, навчальних посібників і науково-методичних розробок) і ін.

Недосконалість державної політики щодо формування інституціонального середовища діяльності аграрного вишу сприяє формуванню стримуючих чинників створення його інноваційно-інформаційного клімату. До них можна віднести наступні:

а) недосконалість критеріїв відбору змісту освіти, що веде до розриву між теоретичним навчанням і практикою;

б) недостатня ступінь розвитку фундаментальних і прикладних наукових досліджень, що формує недовіру до базових теоретичних дисциплін;