

6. Дотримання концепції розвитку аналітичних технологій шляхом типізації державно-політичних ситуацій, виокремлення найхарактерніших процедур і операцій.
7. Врахування впливу на ефективність прийняття рішень численних чинників і відсутності загальних порад-рекомендацій для вирішення проблем.

З огляду на те, що будь-яка типологія є умовною, розглянемо класифікацію державно-політичних рішень за формами реалізації, яка поділяє їх на: програмно-цільові, нормативно-правові, організаційно-розпорядчі.

Розробка програмно-цільових державно-політичних рішень передбачає: визначення головної мети (місії), формування дерева цілей, розподіл пріоритетів, визначення структури програми (відбір основних завдань) та етапів її виконання (терміни).

Нормативно-правові державно-політичні рішення мають на меті конкретизацію (визначення) нормативно-правових актів (шкала потреб, послідовність, оновлюваність тощо), тобто головним чинником їх є системний розвиток правового забезпечення шляхом удосконалення планування та прогнозування нормотворчості в різних сферах державної політики.

Стосовно організаційно-розпорядчих рішень, то вони є одним з найскладніших елементів для аналізу й оцінки через системну неврегульованість та структурну невизначеність змістового контексту.

Становлення в суспільному житті державно-політичних рішень як визначальної ланки аналізу державної політики вимагає підвищення ефективності їх прийняття, впровадження й оцінки. Адже в ланцюгу «держава – державна політика – державно-політичне рішення – суспільство» вони є головним складником аналізу державної політики та мають вирішальний вплив на суспільну життєдіяльність. Використання досягнень сучасної науки управління загалом і державного управління зокрема сприятиме ліквідації низьковартісного підходу до аналізу державної політики.

Ірина СТРУТИНСЬКА

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ РЕГІОН У СИСТЕМІ ПРІОРИТЕТІВ СТРАТЕГІЧНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Сьогодні макроекономічна стабільність є одним із пріоритетів у порядку денному країн світу, і Україна – не виняток. Вважаємо, що на сьогоднішній день Україна повинна опікуватися не лише налагодженням ситуації після критичних наслідків світової фінансової кризи, а паралельно вже зараз закладати основи для майбутнього благополуччя. Адже, формування атрибутів ринкової економіки безпосередньо стосується створення відповідної ринкової інфраструктури. Розвиток логістичної інфраструктури є однією із передумов активізації динаміки міжнародної торгівлі, інвестиційної привабливості регіонів та транскордонного співробітництва.

Посилення впливу глобалізації на національну економіку, посилює необхідність реформування вітчизняної інфраструктури логістики. У першу чергу це стосується логістичного забезпечення регіонів країни, адже успіх України на міжнародній арені – це результат продуктивності всіх її регіонів. Саме тому, одним із першочергових завдань для економіки країни є формування регіональної транспортно-логістичної інфраструктури та її поступова інтеграція з національною та міжнародною транспортно-логістичними системами вантажо- та товароруку, що буде сприяти входженню у світове товариство в якості рівноправного партнера.

За словами експертів протягом найближчих двох-трьох років, розвиток логістичної інфраструктури буде зумовлений зростанням великих транспортних магістралей у регіонах, таких як Дніпропетровськ для Східної України, Одеса через порт Чорного моря, а також Львів і Тернопіль для Західного регіону. Проведені нами геомаркетингові дослідження (табл. 1) дають змогу стверджувати, що Тернопільщина дійсно має значний логістичний потенціал який потрібно максимально розвивати і використовувати.

На сьогодні регіональні диспропорції перетворилися на гальмівний чинник забезпечення високих темпів економічного зростання на всій території держави.

Як засвідчив наш досвід роботи з Тернопільською міською та обласною радами, розвиток міста і області істотно гальмувався впродовж багатьох років через брак ефективної стратегії розвитку. Відсутність стратегії – це наслідок цілої низки суттєвих протиріч у взаємовідносинах як центральних та регіональних органів виконавчої влади, так і органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування на всіх рівнях управління щодо розв’язання проблем регіонального та місцевого розвитку.

Таблиця 1

Індекс конкурентоспроможності Тернопільського регіону у 2011 році

№ з/п	Показник	Рейтинг	Бал	Середнє значення за регіонами	Значення найкращого регіону	Найкращий регіон
1.	Розмір ринку	25	1,30	1,91	3,58	Київ
1.1	Індекс розміру внутрішнього ринку	24	1,26	1,71	3,44	Київ
1.2	Індекс розміру зовнішнього ринку	26	1,41	2,50	4,04	Донецьк
2.	Інфраструктура	27	3,28	3,77	4,89	Київ
2.1	Якість інфраструктури в цілому	24	3,72	4,15	4,73	Київська область
2.2	Якість доріг	26	2,52	3,29	4,29	Київська область
2.3	Якість залізничної інфраструктури	16	4,82	4,92	5,54	Харків
2.4	Якість портової інфраструктури	17	2,16	2,73	5,24	Одеса
2.5	Якість інфраструктури повітряних перевезень	22	1,63	3,08	5,30	Київ
2.6	Пасажирообіг авіаційного транспорту (на тиждень, млн. міс./км.)	12	0,00	7,19	101,27	Київ
3	Рівень розвитку бізнесу	22	3,65	3,81	4,18	Дніпропетровськ
3.1	Кількість місцевих постачальників	19	4,42	4,65	5,20	Дніпропетровськ
3.2	Якість місцевих постачальників	17	3,95	4,02	4,35	Дніпропетровськ
3.3	Рівень розвитку бізнес кластерів	19	3,39	3,73	5,13	Донецьк
3.4	Природа конкурентної переваги	23	2,93	3,24	3,87	Севастополь
3.5	Ширина ланцюжка доданої вартості	25	2,90	3,47	4,23	Суми
3.6	Контроль міжнародної дистрибуції	16	4,55	4,59	5,16	Вінниця
3.7	Рівень розвитку виробничих процесів	10	3,17	3,10	3,77	Київська область
3.8	Рівень маркетингу	10	3,95	3,80	4,50	Київ
3.9	Готовність делегувати повноваження	15	3,46	3,47	3,93	Волинь
3.10	Ставка на професійне управління	27	3,90	4,25	4,54	Дніпропетровськ

Примітка: сформовано автором на основі статистичних даних [1].

Саме тому, Тернопільській області і зокрема м. Тернополю, які знаходяться в стадії пошуку шляхів забезпечення стабільних темпів економічного розвитку, необхідна ефективна логістична стратегія (рис. 1), яка виступатиме спонукальним мотивом до вдосконалення (створення) сучасної логістичної інфраструктури області.

Стратегічна ціль 1. Тернопільська область - регіон сталого економічного і підприємницького розвитку:

- 1.1. Розвиток логістичної інфраструктури;
- 1.2. Сприятливі умови для розвитку підприємництва і залучення інвестицій;
- 1.3. Розвиток людського і соціального капіталу.

Стратегічна ціль 2. Тернопільська область - регіон високоосвічених людей, інноваційного потенціалу і технологічно розвинених компаній:

- 2.1. Вдосконалення системи освіти та зростання наукового потенціалу (реалізація проекту «Тернопіль – студентська столиця»);
- 2.2. Зростання інноваційного потенціалу;
- 2.3. Посилення зв'язків науково-дослідницької та виробничої сфер.

Головна мета Стратегії розвитку Тернопільщини – підвищення добробуту і якості життя теперішнього і майбутнього покоління мешканців Тернопільщини шляхом

1. Створення широких можливостей для успішної реалізації професійних, освітніх та культурних сподівань мешканців Тернопільщини;
2. Створення ефективної системи надання соціальних послуг, охорони здоров'я, розвиненої житлової та муніципальної інфраструктури;
3. Збереження екологічно чистого середовища.

Стратегічна ціль 3. Тернопільська область - регіон екологічно чистого та привабливого середовища, культури, туризму та рекреації:

- 3.1. Поліпшення якості навколишнього природного середовища, підвищення його привабливості;
- 3.2. Зростання культурного потенціалу, розвиток духовності (реалізація програми "Тернопілля – духовний центр українства", плекання мультиетнічних традицій);
- 3.3. Розвиток туризму шляхом збереження і відновлення історичної спадщини;
- 3.4. Розвиток рекреаційного потенціалу.

Стратегічна ціль 4. Тернопільська область ворота України до Європейського Союзу:

- 4.1. Збільшення відкритості області та розвиток міжнародних контактів;
- 4.2. Розвиток транзитного потенціалу;
- 4.3. Тернопільщина - лідер міжнародних проектів.

**Рис. 1. Стратегічні та оперативні цілі соціально-економічного розвитку
Тернопільщини до 2020 року**

Література:

1. *Ukraines_Competitiveness_Report_2011.pdf*

Наталія СТУПНІСЬКА

Тернопільський національний економічний університет

**ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА**

На сучасному етапі економічного розвитку України проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває все більшої актуальності. Адже за умов розвитку зовнішньої торгівлі, підсилення процесів інтеграції країни в міжнародні організації загострюється конкурентна боротьба як на внутрішньому, так і на світовому ринку. Для стабільного розвитку підприємства потрібно забезпечити: ефективність виробництва, необхідний обсяг випуску сучасної продукції, покращення якості, наявність усіх ресурсів, можливість випуску товару-новинки. Всесвітній економічний форум щороку розраховує глобальний індекс конкурентоспроможності (ГІК). Відповідно до якого Україна, після падіння протягом двох попередніх років на 17 пунктів, у рейтингу ГІК 2011/2012 вдалося «відвоювати» 7 пунктів і зміститися з 89 (серед 139 країн у рейтингу ГІК 2010/2011) до 82 місця (серед 142 країн) [1].

Особливого значення для нашої країни набуває участь у міжнародному поділі праці та інтеграційних процесах шляхом ефективного здійснення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Досягнення успіху в цьому напрямі передбачає підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних економічних суб'єктів на зовнішньому ринку, розвиток і реалізацію експортного потенціалу [2, 138].

Питання підвищення конкурентоспроможності підприємства було і залишається предметом уваги багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених та дослідників. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності економічних суб'єктів досліджували такі зарубіжні вчені, як Д. Рікардо, А. Сміт, П. Дракер, Ф. Котлер, М. Портер, Й. Шумпетер, Ф. Хайек. Значний внесок у дослідження конкурентоспроможності та ефективності ЗЕД економічних суб'єктів, здійснили наступні вітчизняні науковці-економісти, як В. Андрійчук, С. Бабенко, О. Білоус, В. Вергун, О. Власик, А. Гальчинський, Б. Губський.

Прийнято вважати, що конкурентоспроможність підприємства має пряму залежність із конкурентоспроможністю його продукції на ринку, адже чим вища конкурентоспроможність продукції – тим більший економічний ефект отримує підприємство. Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність товаровиробника співвідносяться як частина і ціле. Для досягнення підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства і для того, щоб збільшити свою частку на ринку, можна використати декілька шляхів: знизити ціни на продукцію; збільшити кількість торгових посередників; подати на ринок новий вид продукції; представити привабливіший образ товару за допомогою реклами і т. ін [3, 32].

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства передбачає: аналіз фінансового становища; аналіз привабливості товарів та послуг на ринку; комплексний аналіз конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства.

Підтримка рівня високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно являється більш прибутковим, ніж його ринкові конкуренти. Це означає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, та його продукція користується постійним попитом. Однак в житті немає нічого постійного та незмінного, і цей стан не можна розглядати як довгостроковий. Оскільки, керівництво підприємства повинно вміти відслідковувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити різноманітні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів. Такими перетвореннями можуть бути: зміна товарної політики, впровадження