

– неефективність проведення державної протекціоністської політики щодо захисту галузі від імпорту контрафактних та низькоякісних товарів;

– низький рівень інвестування галузі, як наслідок – низький рівень інноваційної діяльності;

– недостатність, відсутність власної сировинної бази, що зумовлює зростання собівартості продукції;

– неготовність вітчизняного бізнесу до роботи в умовах посиленої конкуренції.

Зі вступом України до СОТ легка промисловість опинилась у скрутному становищі, вихід з якого єдиний – реалізація продуманої державної політики з підтримки та розвитку галузі, яка б включала наступні аспекти:

– захист внутрішнього ринку від проникнення контрабандних, контрафактних і сумнівної якості товарів;

– обмеження на законодавчому рівні імпорту ввезення товарів “секонд-хенд”;

– здійснення ефективної митної політики, перегляд митних ставок та розрахунок реальної митної вартості ввізного експорту;

– розробка ефективних механізмів стимулювання інвестиційної активності;

– стимулювання інноваційної діяльності підприємств галузі;

– забезпечення індустрії власною сировинною базою шляхом розвитку сільськогосподарського виробництва, а саме: льонарства, вівчарства тощо;

– запровадження системи пільгового оподаткування для підприємств галузі, які працюють не за толінговими схемами як систему заохочення відходу від давальницьких операцій;

– стимулювання експорту вітчизняної продукції;

– розвиток галузей, що є найбільшими споживачами продукції легкої промисловості, зокрема, виробництво меблів, машинобудування, сприяння розвитку вітчизняного модного бізнесу.

Література

1. Зовнішня торгівля України. Статистичний збірник. – К. : ДП “Інформаційно-аналітичне агентство”, 2011. – 102 с.

2. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності. Статистичний збірник. – К. : ДП “Інформаційно-аналітичне агентство”, 2011. – 62 с.

3. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник. – К. : ДП “Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України”, 2011. – 282 с.

4. Статистичний щорічник України за 2010 рік. – К. : ТОВ “Август Трейд”, 2011. – 560 с.

УДК 331.108:005:339.9

В. В. СТАДНИК, Т. В. МИХАЛЬЧИК
Хмельницький національний університет

ВИКОРИСТАННЯ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ ПРИ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Визначено роль компетенцій у формуванні конкурентних переваг підприємства. Розглянуто основні напрями і форми розвитку компетенцій фахівців у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

The role of competences in formation of competitive advantages of enterprise are defined. Basic directions and forms of development of competences of specialists in the field of enterprise's foreign economic activity management are highlighted.

Постановка проблеми. Внаслідок вступу України до СОТ конкуренція на внутрішніх ринках все більше поглиблюється, і це вимагає від вітчизняних підприємств активних дій з підвищення ефективності їх функціонування. Зобов'язання, взяті на себе Україною при вступі до СОТ щодо зменшення захисту вітчизняних виробників регулятивними інструментами держави (зокрема, митними тарифами), із завершенням перехідного періоду вступають у силу повною мірою. Це означає, що вітчизняні підприємства втрачуть перевагу цінової складової конкурентоспроможності своїх товарів і мають доводити її у функціональній сфері, посилюючи інноваційну наповненість своїх продуктів.

Водночас цю проблему можна розглядати і з іншого боку – як нові можливості, що відкриваються перед вітчизняними підприємствами для виходу на світові ринки. Проте для цього недостатньо лише випустити конкурентоспроможний на ринках інших країн продукт – необхідно довести його конкурентоспроможність, підкріплюючи результати інноваційного та виробничого процесу кваліфікованими діями маркетологів та фахівців із управління зовнішньоекономічною діяльністю. Роль останніх є особливо важливою в силу своєї багатогранності і її ефективне здійснення потребує високої професійної компетентності у багатьох споріднених сферах управління. Лише за цих умов можна досягти підвищення ефективності позиціонування вітчизняних підприємств на ринках інших країн та зміцнення їх конкурентоспроможності у світовому економічному просторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств завжди знаходилися у центрі уваги вчених-економістів. Серед останніх помітних пуб-

лікацій у цій сфері наукових досліджень слід відзначити роботи П. Друкера [1], В.В. Кузнецова [2], О.І. Вівчар [3], С.М. Маталки [4], Є.Л. Тимошенко [5] та ін. Останнім часом ці питання стають все більш актуальними, що пояснюється новими економічними реаліями, глобалізацією та інтернаціоналізацією економічної діяльності. Вирішення їх неможливе без належної підготовки фахівців із управління зовнішньоекономічною діяльністю, яка має ґрунтуватися на сучасних методах організації навчального процесу, бути наповнена новітніми технологіями роботи із навчальним матеріалом. Про актуальність цього питання свідчить і зростання інтересу вітчизняних науковців до досліджень у сфері управління розвитком професійної компетентності майбутніх фахівців зовнішньоекономічного профілю [6]. Однак йдеться в основному про навчальний процес у вищій школі при підготовці фахівців в межах відповідних освітньо-кваліфікаційних рівнів (спеціаліст, магістр). Разом з тим, недостатньо дослідженими є питання розвитку відповідних фахових компетенцій у системі післядипломної освіти.

Мета статті. Визначення можливостей удосконалення процесів підготовки та підвищення кваліфікації фахівців із управління зовнішньоекономічною діяльністю на основі компетентнісного підходу.

Виклад основного матеріалу. За сучасними підходами до розуміння джерел і можливостей організаційного розвитку, сутністю будь-якої організації, її основою є наявний набір компетенції всіх працівників компанії. Їх сукупність має забезпечувати високий рівень ефективності усіх здійснюваних з метою створення затребуваних ринком продуктів і послуг процесів. За стрімкого поширення глобалізації до таких процесів належить і управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Високий професіоналізм фахівців у цій сфері управління сприятиме відтворенню експортного потенціалу України, підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних товарів на світових ринках, формуванню раціональної структури експорту й імпорту, залученню іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах, досягненню економічної безпеки України.

Фаховий професіоналізм у даній сфері управління формується не лише у процесі отримання базової спеціальної освіти, а й завдяки постійному саморозвитку індивідів, оскільки світовий економічний простір в силу його ринкової природи та еволюції й швидкого поширення знань, з кожним роком стає все динамічнішим і складнішим для прогнозування. Проте саморозвиток через самоосвіту доволі часто є малопродуктивним через відсутність у індивідуума структурованого бачення комплексу знань, необхідних для формування нових компетенцій, які відповідатимуть вимогам часу.

Більш доцільним видається розвиток необхідних компетенцій через участь у програмах підвищення кваліфікації у системі післядипломної освіти. Саме цей шлях зростання професійної майстерності дає найбільшу користь менеджерам-практикам, оскільки вибір програм підвищення кваліфікації здійснюється ними відповідно до здатності останніх доповнити існуючий багаж знань новими, яких не вистачає для того, щоб проявляти високу компетентність у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства та забезпечувати її ефективність. Однак для того, щоб правильно вибрати відповідну програму, необхідно не тільки брати до уваги життєвий досвід і зважати на існуючі практичні потреби фахівців у тих чи інших знаннях, а й враховувати тренди економіки знань. Останнє робить актуальним питання визначення структури компетенцій з погляду майбутніх потреб професійного менеджера, зокрема – з питань управління ЗЕД підприємства. Для вирішення цього питання передусім доцільно детальніше розглянути сутність термінів “компетентність” та “компетенції” з погляду їх формування (набуття) та визначення рівня, достатнього для обґрунтованого прийняття рішень у сфері професійної діяльності та ефективної їх реалізації.

Компетентність (лат. *competens* – належний, відповідний) – поінформованість, обізнаність, авторитетність певної особи. Компетенція (лат. *competentia*, від *competo* – взаємно прагну, відповідаю, підходжу) – коло повноважень якої-небудь організації, установи або особи; коло питань, у яких дана особа має певні повноваження, знання, досвід [7, с. 282; 8, с. 445].

Сукупність компетенцій працівників підприємства формує його інтелектуальний капітал і визначає його здатність існувати і розвиватись у ринковому просторі. Тобто, компетенції є колективним знанням, яке зберігається та поширюється усередині підприємства шляхом навчання, комунікацій, розвитку організаційних відносин тощо. Високий рівень професійних компетенцій, з одного боку, дає змогу правильно побудувати внутрішнє середовище підприємства (організаційну структуру, систему технологій, бізнес-процеси), забезпечити його адекватність стратегічним цілям, а з іншого – забезпечує високі адаптивні властивості підприємства, його здатність гнучко реагувати на ринкову кон'юнктуру та інші процеси, які відбуваються у середовищі господарювання та відзначаються високою мінливістю. Можливо саме з цих причин Г. Каннак визначив компетенцію фірми як раціональне поєднання знань і здібностей працівників конкретної організації, що розглядаються на невеликому проміжку часу [9]. Цей проміжок, очевидно, має відповідати періоду стратегічного планування, а програма розвитку компетенцій охоплювати ті складові професійної діяльності, які є ключовими для досягнення стратегічних цілей.

Отже, формування персоналу за ознакою компетентності є важливим завданням кадрової служби сучасного підприємства, а розвиток компетенцій є невід'ємною складовою стратегічного менеджменту. Очевидно, що саме завдяки професіоналізму провідних фахівців стандартні виробничі технології можуть забезпечувати випуск конкурентоспроможного продукту. Тобто, відбувається взаємно збагачувальне поєднання формалізованого знання (технології) з неформалізованими знаннями (компетенції персоналу), завдяки чому формуються конкурентні переваги підприємства. Цей процес схематично добре проілюстрований І. Кузнецовою (рис. 1) [10].

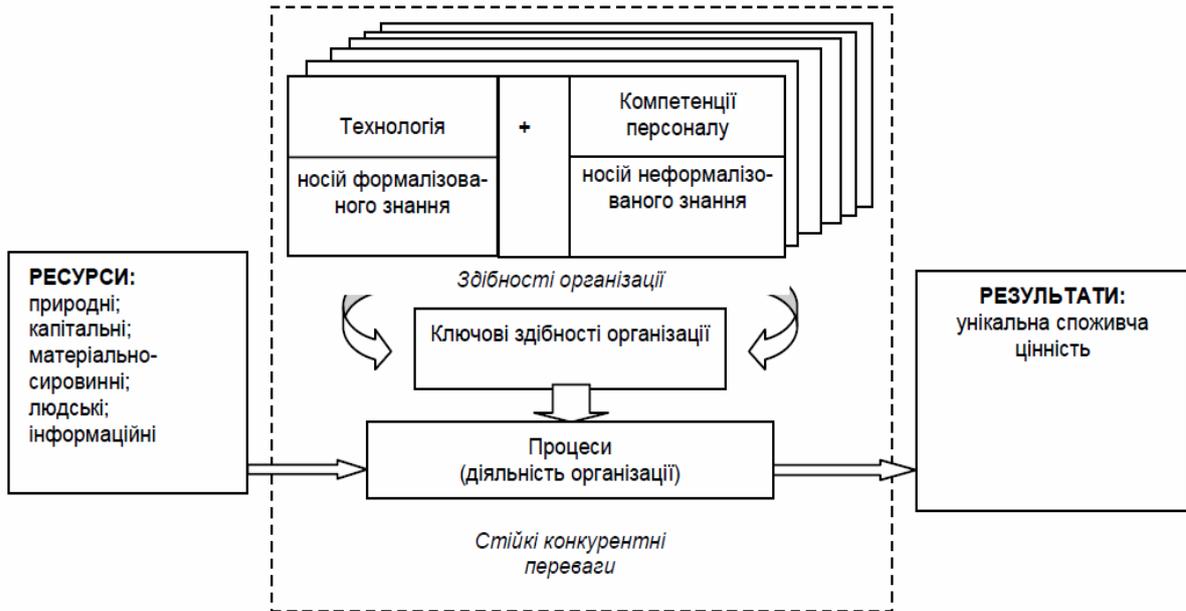


Рис. 1. Роль і місце компетенцій у формуванні стійких конкурентних переваг підприємства

В економіці знань середовище господарювання відзначається високою мінливістю і потребує постійного оновлення способів роботи із його складовими – агентами і контрагентами. Відповідно, таке оновлення потребує нових знань для формування відповідних компетенцій. Однак доволі часто на вітчизняних підприємствах плани підвищення кваліфікації персоналу розробляються, виходячи із стандартних вимог – кожен працівник АУП має пройти відповідні курси не рідше одного разу на п'ять років. Що ж стосується програм такого навчання, то їх зміст зазвичай є стандартизованим і не враховує потреби конкретного підприємства. Тому підвищення кваліфікації у багатьох випадках не приносить реальної користі ні працівнику, ні підприємству і цей процес є суто формальним.

Для отримання реальної користі від реалізації програм підвищення кваліфікації необхідно дотримуватися компетентнісного підходу, прогнозуючи потребу у розвитку компетенцій відповідно до обраної стратегії. Варто зазначити, що, за тлумачним словником, термін "компетентний" подається як: 1) той, що має достатні знання в якій-небудь галузі; з чим-небудь добре обізнаний, тямущий; який ґрунтується на знанні, кваліфікований; 2) той, що має певні повноваження; повноправний, повновладний.

Отже, виходячи із такого двоєдиного тлумачення даного терміну і переносячи його у контекст управління ЗЕД, можна бачити напрями удосконалення програм підвищення кваліфікації. Це, з одного боку, введення до них економіко-управлінських дисциплін, що відображають нові потреби бізнесу у конкретному соціально-економічному контексті, а з іншого – підкріплення набутих економічних знань правовою підготовкою. І те, й інше відрізняються високою мінливістю, а отже – потребують систематичного оновлення.

Для розвитку професійної компетентності фахівців з управління ЗЕД можна скористатися моделлю, розробленою Л. Отрошенко (рис. 2) [6], абстрагувавши її не лише для навчального процесу у ВНЗ, а й для реалізації цілей підвищення кваліфікації. Дана модель заснована на використанні системного, міжкультурного, діяльнісного, акмеологічного, особистісно-розвивального підходів при домінуванні системного підходу.

Формування та подальший розвиток професійної компетентності майбутніх фахівців зовнішньоекономічного профілю вимагає створення таких умов, які б дозволяли ефективно вирішувати поставлену мету з урахуванням специфіки та особливостей майбутньої професійної діяльності у глобальному середовищі.

Важливим напрямом розвитку компетенцій для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства має стати досконале опанування інструментами стратегічного маркетингу для визначення кола країн, які є потенційно привабливими з точки зору проникнення на їхні ринки. При цьому необхідно ретельно проаналізувати стан середовища міжнародного маркетингу, який включає в себе вивчення системи міжнародної торгівлі, економічного середовища кожної з країн та їхнього політико-правового та культурного середовища. Підприємству, яке вирішило вийти на іноземний ринок, необхідно взяти до уваги існування безлічі обмежень і перешкод у міжнародній торгівлі як у країні, на ринок якої воно збирається вийти, так і у своїй власній. До таких обмежень належать: митні тарифи (фіскальні та протекціоністські), валютний контроль з боку держави, ряд нетарифних бар'єрів (системи національних стандартів безпеки, якості тощо) [3], ставлення політичних сил країни до закупівель з-за кордону; політичної стабільності тощо. Вміння аналізувати вплив усіх зазначених і багатьох інших чинників на стан і конкурентні можливості підприємства, що планує ЗЕД, передбачити усі потенційні загрози і приховані можливості та прийняти відповідні рішення сформує необхідну основу для успішного здійснення зовнішньоекономічних трансакцій, забезпечать їх ефективність.

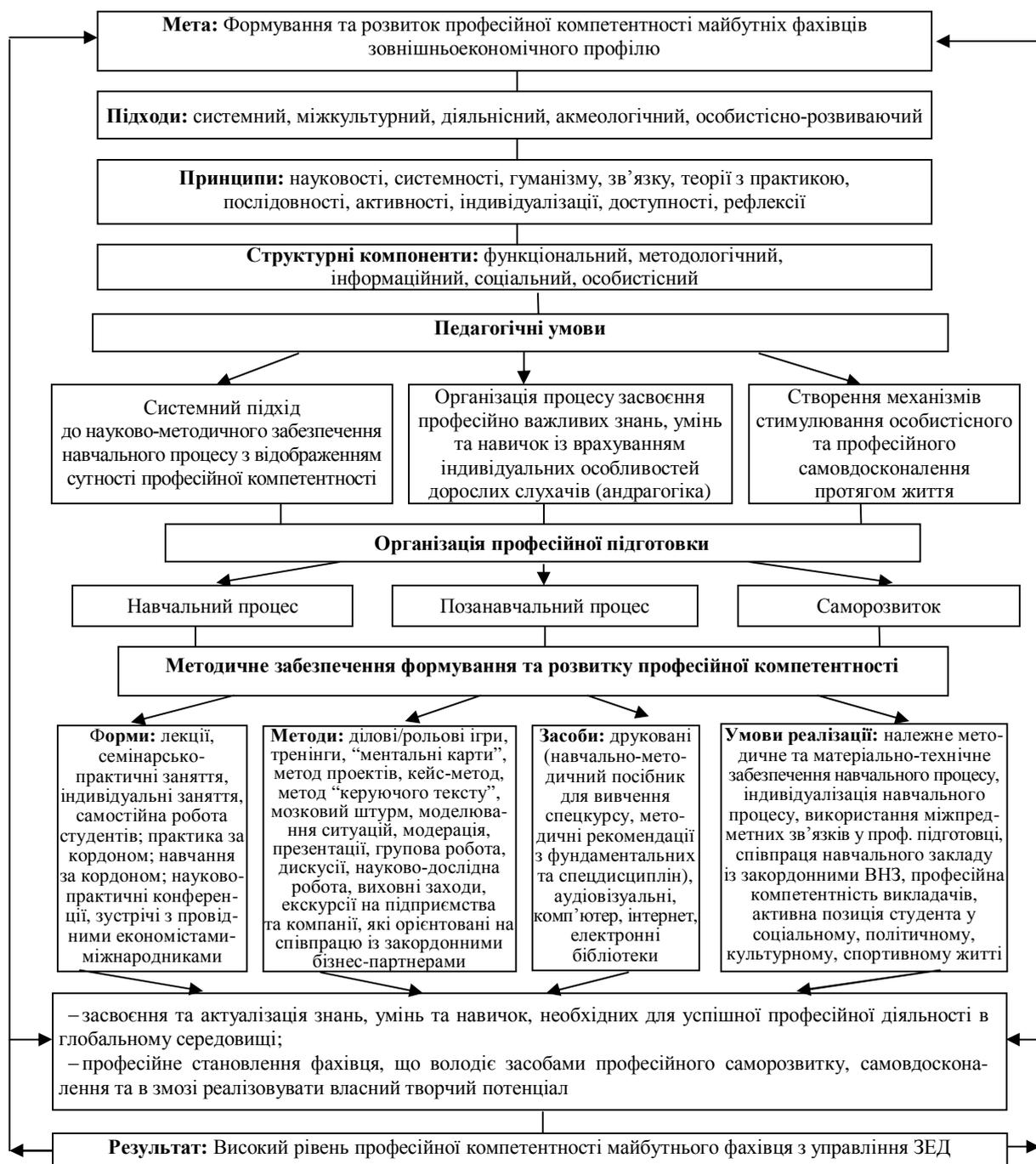


Рис. 2. Модель розвитку професійної компетентності фахівців з управління ЗЕД

Висновки. На сучасному етапі багато українських підприємств активно беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності. Проте ефективність цієї діяльності є недостатньо високою – багато підприємств погоджуються на толінгові схеми, за яких здійснюють лише виготовлення продукції на замовлення іноземних партнерів, остерігаючись прямого виходу на ринки розвинених країн із готовою продукцією. Така політика спричиняє втрату прибутковості, оскільки основна маржа прибутку формується на етапі продажу готової продукції. І основна причина такого підходу до здійснення ЗЕД – нестача знань і навичок роботи на ринках інших країн. Тому для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств потрібно розвивати відповідні компетенції персоналу, який відповідає за цю сферу роботи, в т.ч. використовуючи досвід розвинених країн, підприємства яких упевнено почуваються на світових ринках.

Література

1. Друкер П. Епоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества / П. Друкер. – М. : Вильямс, 2007. – 336 с.

2. Кузнецов В. В. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью предприятия / В. В. Кузнецов. – Таллин : ВЕКО, 2008. – 219 с.
3. Вівчар О. І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / О. Вівчар // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 2. – С. 24–30.
4. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія / С. М. Маталка. – Луганськ : Вид-во “Ноулдж”, 2011. – 210 с.
5. Тимошенко Є. Л. Покращення зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств [Електронний ресурс] / Є. Л. Тимошенко // Проблеми системного підходу в економіці. – 2010. – № 1. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/20101/Timoshenko_110.htm
6. Отрощенко Л. С. Методичне забезпечення розвитку професійної компетентності майбутніх фахівців зовнішньоекономічного профілю / Л. С. Отрощенко // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : наук. журнал. – Суми : СумДПУ ім. А.С.Макаренка, 2009. – № 1. – С. 134–141.
7. Морозов С. М. Словник іншомовних слів / С. М. Морозов, Л. М. Шкарапуга. – К. : Наукова думка, 2000. – 680 с.
8. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / В. Т. Бусел. – К. : Ірпінь : ВТФ “Перун”, 2002. – 1440 с.
9. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 512 с.
10. Кузнецова І. О. Розвиток понятійно-категоріального апарату ресурсної концепції стратегічного управління / І. О. Кузнецова // Управління розвитком. – 2011. – № 22(119). – С. 54–56.

УДК 338

Dr. KATARZYNA JAGODZINSKA
Enterprise Observatory, University of Neuchatel, Switzerland

HARMONIZATION OF EUROPEAN CONTRACT LAW AS A MEANS OF BOOSTING POLAND'S ECONOMIC ACTIVITY IN THE EUROPEAN MARKET

Проведено аналіз гармонізації Європейського контрактного права шляхом уніфікації законів та інших регуляторних актів, що стосуються міжнародних бізнес транзакцій, сприятиме стрімкому підйому економічної активності в Польщі і покращить зростання в секторі малих та середніх підприємств.

The aim of this paper is to analyze whether the harmonization of European Contract Law through the unification of laws and regulations relating to international business transactions can boost Poland's economic activity and improve growth within the sector of Small and Medium Enterprises.

The initial idea behind the creation of the European Union was a peaceful cooperation for restoring economic stability and order. Over time the Union expanded onto other aspects of life such as education, employment, healthcare, travel, leisure and international business relations. A result of European integration were lower transaction costs due to the abolition of custom duties for trade between Member States, a common currency for a larger group of the EU members, the single market and reduced meaning of national frontiers to name just a few.

The idea of European integration proved compelling enough to attract the current 27 Member States. The source of attraction lies with the ease of functioning within an integrated Europe. This is achieved by the simplification and unification of procedures within the Member States.

The process is neither finite nor complete however. There are still areas which lack harmonization. One of such domains that calls for urgent attention is the harmonization of European Contract Law from an economic perspective. In order to properly understand and function in highly competitive international business environments, one needs a code to follow. It would also be reasonable from a good business practice point of view to act according to a unified and transparent set of rules.

The first attempts at harmonization of Civil Law date back to the year 2001 when the European Commission published the Communication on European Contract Law. Two years later, the European Commission introduced the Action Plan. As a result, in 2008 the Study Group on a European Civil Code and the Research Group on Existing EC Private Law presented the European Commission with a Draft Common Frame of Reference (DCFR), which was published in February 2009.

The DCFR is first and foremost an academic text, separate from political dissertations. It contains a set of principles, definitions and model rules which the authors hope to be a “tool for better lawmaking” Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law Draft Common Frame of Reference (DCFR), Outline Edition. Prepared by the Study Group on a European Civil Code and the Research Group on EC Private Law (Acquis Group). Based in part on a revised version of the Principles of European Contract Law. Edited by Christian von Bar, Eric Clive and Hans Schulte-Nölke, Hugh Beale, Johnny Herre, Jérôme Huet, Matthias Storme, Stephen Swann, Paul Varul, Anna Veneziano and Fryderyk Zoll. Sellier, European Law Publishers [23, p. 29]. The underlying principles governing the creation of the DCFR are freedom, security, justice and efficiency.