

- зміна технічних характеристик та підвищення якості продукції;
- впровадження інновацій;
- вдосконалення асортиментної і цінової політики на базі адаптивної стратегії;
- використання фактору ціни;
- вихід на нові ринки збуту;
- модернізація обладнання;
- вдосконалення обслуговування та збутових технологій;
- впровадження процесу підготовки висококваліфікованих кадрів підприємств;
- постійна оцінка рівня сучасності та продуктивності матеріально-технічної бази, пошук резервів їх покращення.

Список використаних джерел

1. Балабанова, Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецьк: Дон ГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2014. – 147 с.
2. Ігнатюк А.І. Формування конкурентного середовища та механізм протидії монополізму в економіці України / А.І. Ігнатюк // Держава та регіони. – 2018. – №5. – С. 211.
3. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки / Харченко Т.Б. // АПЕ. – 2013. – 2. – 71 с.

УДК 658.8.02

*Біловодська І.М., студент гр. ЕП-17-3ск
(науковий керівник – Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.)
Центральноукраїнський національний технічний університет*

НЕДОЛІКИ РИНКОВОГО МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ТОВАРООБІГУ

Ринкова економіка завжди знаходиться під контролем державного регулювання, що являє собою комплексну систему заходів, здійснюваних державою, щодо забезпечення передумов для ефективного розвитку ринкової економіки і бізнесу зокрема.

Торгівля є важливим джерелом формування прибуткової частини бюджету країни.

Вплив держави на сферу товарообігу здійснюється з метою збалансування попиту та пропозиції і повинні здійснюватися за такими напрямками:

- регулювання цін і тарифів на окремі соціально-значимі товари і послуги;
- введення квот, ліцензій, стандартів і технічних умов до якості товарів і послуг;
- регулювання податкової та грошово-кредитної політики;
- ведення соціальних, гуманітарних та екологічних норм;
- визначення вимог до статистичної, бухгалтерської та іншої інформації, що представляється в державні органи;
- розробка системи програм та заходів для досягнення певних параметрів економіки [1].

Основною метою державного регулювання є створення умов для розвитку бізнесу в торгівлі.

Ринковому механізму регулювання у сфері товарообігу притаманні такі недоліки: він не сприяє збереженню невідтворюваних природних ресурсів; не має економічного механізму захисту навколишнього середовища; не може регулювати використання ресурсів, що належать всьому людству та що мають загальносвітову цінність; він ігнорує потенційно негативні соціальні наслідки рішень, що приймаються; не стимулює виробництво товарів та послуг колективного використання (дороги, комунікації, транспорт та інше); не гарантує права на працю кожному громадянину, сприяє виникненню масового безробіття та майнової нерівності; не забезпечує перерозподілу доходів між багатими та бідними верствами населення, дотримання відповідного рівня добробуту народу і, особливо, працевлаштування населення; не забезпечує фундаментальних досліджень в науці, розвитку освіти, культури, безкоштовної охорони здоров'я; не забезпечує виробництва соціально-необхідних товарів за низькими цінами; він схильний до нестабільного розвитку з притаманним йому загостренням соціальної напруженості в суспільстві та розвитком інфляційних процесів.

Наведені недоліки ринкового механізму характеризуються терміном «зона недосяжності або неефективності ринку» та визначають необхідність рішення цих проблем через механізм державного регулювання у сфері товарообігу (таблиця 1) [2].

Таблиця 1

Недоліки ринкового механізму у сфері товарообігу

Недоліки	Характеристики
1. Соціальний захист	Обумовлений концепцією «соціального» ринкового господарства та проголошенням людини вищою цінністю суспільства та держави.
2. Захист навколишнього середовища	Необхідність в якому обумовлена тим, що вільна гра ринкових сил ставить під загрозу фізичні основи існування людей через витрати ресурсів та забруднення навколишнього середовища.
3. Захист людської гідності, прав та свобод громадян	Повага людської гідності, зокрема в економічному житті, є важливим завданням держави, яка має передбачати фізичну недоторканність, охорону приватної власності та репутації громадян України.
4. Захист демократії	В своєму прагненні до отримання прибутку підприємство не завжди звертає увагу на демократичну організацію громадських відносин, тому право участі трудового колективу в рішенні господарських питань має бути закріплене законодавством.
5. Захист інформації	Володіння інформацією обумовлює економічну владу, держава повинна вжити заходів щодо охорони прав людини на розпорядження інформацією, що їй належить, а також щодо захисту підприємства від промислового шпигунства.
6. Захист споживачів	Оскільки споживач має в ринковій економіці слабші позиції порівняно з виробником або продавцем, то для дотримання ринкового рівноправ'я та захисту споживачів необхідне державне регулювання цими взаємовідносинами шляхом інформування споживачів, антимонопольного законодавства, встановлення відповідальності виробників за якість виробленої продукції, здоров'я споживачів.

Отже, задача держави – забезпечити оптимальне поєднання прямих і непрямих методів державного регулювання у сфері товарообігу в умовах, що склалися на даний момент.

Регламентуючи окремі аспекти діяльності підприємств, держава водночас зацікавлена в активному розвитку як ринкової економіки в цілому, так і кожного конкретного підприємства України.

Також слід зазначити, що державне регулювання економіки не є «чарівною паличкою», яка автоматично усуває недоліки ринкового механізму. Багато чого залежить від форм, методів і ступеня втручання держави в економіку. Світовий досвід показує, що у застосуванні державного регулювання ринкової економіки не існує світових стандартів, а сліпе копіювання чужого досвіду може завдати тільки шкоди.

Список використаних джерел

1. Державне регулювання торговельної діяльності [електронний ресурс] – режим доступу: <http://epi.cc.ua/gosudarstvennoe-regulirovanie-torgovoy-27053.html>
2. Державне регулювання діяльності торговельних підприємств [електронний ресурс] – режим доступу: <https://studfile.net/preview/5424423/page:22/>

УДК 334.784(658.5)

*Бондар Ю.А. к.е.н., доц.,
Засць О.М., студент факультету менеджменту 3-го курсу, гр. 473
Льотна академія національного авіаційного університету
м. Кропивницький*

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тенденції сучасного розвитку України характеризуються інтеграцією національної економіки до міжнародної та орієнтацією структурних зрушень на користь сфери послуг. У контексті економічних перетворень неминуче постає питання про необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств готельного бізнесу завдяки проведенню організаційних змін. В сучасних економічних умовах підприємства функціонують і розвиваються як складний організм, життєвий потенціал якого забезпечує корпоративна культура. Корпоративна культура зумовлює не тільки відмінність між організаціями, а й визначає успіх їх функціонування та виживання в конкурентній боротьбі.

Актуальність корпоративної культури набуває все більшої значущості в системі управління розвитком підприємства в сучасному економічному середовищі (якому притаманні нестабільність, турбулентність, динамічність і, як наслідок, криза), з одного боку, і зростаючому рівні інформатизації суспільства, рівня комунікацій у всіх сферах економіки – з іншого. Фундаментальну роль у цьому відіграє загальний перехід до економіки знань, для якої характерно