

Если рассмотреть рынок более глобально, и захватить больший промежуток времени, видно как уменьшение аудитории и перетекание рекламных бюджетов в Интернет, радикально повлияло на рентабельность газетного бизнеса. В США совокупный доход с газет снизился с 80 до 35 млрд. долларов в период с 2000 по 2012 гг. Соответственно, количество мест в отрасли также сократилось. По данным Pew Research, количество рабочих мест в газетной отрасли на момент 2000 года составляло 56400. На момент сентября 2013 года эта цифра уже составляет 38000 и согласно экспертам продолжит снижение и впредь[4].

Аудитория цифровых носителей увеличивается, однако согласно исследованиям посетители газетных сайтов не читают представленные статьи с таким же вниманием, как читают их на бумаге, что сказывается на эффективности и ценности рекламы. С этим связано обсуждение серьезной задачи – как повысить частоту и продолжительность посещения сайтов. Согласно опросам, 67% жителей США, имеющих доступ в интернет, посещают сайты газет и читают информацию, представленную на них, но только 17% делают это ежедневно.

Газеты должны меняться, чтобы оставаться важным средством массовой информации. Трудность здесь не в аудитории, а в нахождении бизнес-моделей существования в цифровой эпохе.

Список литературы: **1).** Pew Research Center The State of The News Media 2013, Annual report:<http://stateofthemediamedia.org/2013/newspapers-stabilizing-but-still-threatened/newspapers-by-the-numbers/>; **2.** WAN-IFRA World Press Trends 2013:<http://cmpf.eui.eu>; **3.** WAN-IFRA World Press Trends: Increasing Audience Engagement is Future for News Media : <http://www.wan-ifra.org/press-releases/2013/06/02/world-press-trends-increasing-audience-engagement-is-future-for-news-media> ; **4.** Pew Research Center The State of The News Media 2012, Annual report.: <http://stateofthemediamedia.org/2012/newspapers-building-digital-revenues-proves-painfully-slow/newspapers-by-the-numbers/>

МАРТИНЮК Н.І., аспірант, м. Запоріжжя, Класичний приватний університет

КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Розвиток транскордонного співробітництва обумовлює необхідність ресурсного забезпечення транскордонного співробітництва, що включає як кадрове, так матеріально-фінансове забезпечення.

Нині є актуальним питання підготовки кваліфікованих кадрів для розробки та реалізації проектів транскордонного співробітництва. Питання кадрового забезпечення розвитку транскордонного співробітництва має бути здійснено в рамках реалізації Національної Стратегії системи підвищення кваліфікації посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад. Транскордонне співробітництво як елемент державної регіональної політики має бути спрямоване на створення повноцінного життєвого середовища для населення на усій території України, збереження єдності держави, забезпечення сталого збалансованого розвитку її регіонів. Узгодження загальнодержавних і регіональних інтересів потребує підготовки на вищому рівні посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад [1, с.301].

Навчальні заклади, які здійснюють підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації посадових осіб, не задовольняють повною мірою сьогоденні потреби. Рівень підготовки викладачів не завжди за змістом та якістю відповідає новим вимогам щодо підвищення кваліфікації посадових осіб та депутатів місцевих рад. Кошти, що виділяються з місцевих бюджетів для підвищення кваліфікації посадових осіб, здебільшого використовуються нерационально.

Підвищення кваліфікації посадових осіб та депутатів місцевих рад з питань транскордонного співробітництва має проводитись за професійними програмами, а також на спеціалізованих короткострокових навчальних курсах, тематичних постійно діючих та короткострокових семінарах, тренінгах [2].

Професійними програмами передбачається вивчення основних європейських правових інструментів, законодавства України у галузі транскордонного співробітництва, а також основні аспекти реалізації політики транскордонного співробітництва. Проведення спеціалізованих короткострокових навчальних курсів має запроваджуватись з метою вчасного реагування на нові виклики та виконання основних завдань у галузі транскордонного співробітництва [3, с.220].

Організація та проведення спеціалізованих короткострокових навчальних курсів, тематичних семінарів, тренінгів з метою підвищення кваліфікації посадових осіб здійснюється визначеними на конкурсних засадах суб'єктами, які надають освітні послуги, на замовлення органів місцевого самоврядування,

їх асоціацій та інших добровільних об'єднань органів місцевого самоврядування.

Отже, все зазначене обґрунтовує необхідність мати належне кадрове забезпечення розвитку транскордонного співробітництва, яке б базувалось на відповідних регіональних стратегіях розвитку, враховувало загальноєвропейські та національні пріоритети. Це основний напрямок ефективного розвитку транскордонного співробітництва в Україні.

Список літератури: 1. *Бальян А.В.* Міжрегіональне транскордонне співробітництво України за умов розширення Європейського Союзу (на прикладі прикордонних регіонів України та Угорщини). – Ужгород: Ліра, 2005. – 320 с. 2. *Розширена Європа – Сусідні країни.* Нова структура відносин з нашими східними та південними сусідами. Повідомлення Європейської Комісії для Ради та Європейського Парламенту. http://www.delukr.scs.eu.int/ua/eu_and_country/bilateral_relations.htm. 3. *Розширення Європейського Союзу: вплив на відносини України з центральноєвропейськими сусідами.* – К., 2004. – С. 229.

ОМАРОВ Е. Ш., студент, м Харків, ХНЕУ

УТОЧНЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Глобалізація ринків, інтеграція України у міжнародний економічний простір суттєво посилюють роль конкуренції і об'єктивно сприяють формуванню інтенсивного конкурентного середовища. Разом з тим, конкурентне середовище в Україні розвивається повільно і фрагментарно, конкурентна боротьба суб'єктів ринку невиразна. У свою чергу, нерозвиненість конкуренції серед вітчизняних підприємств не надає стимулів для зростання їхньої конкурентоспроможності і, як наслідок, вітчизняні підприємства витісняються з традиційних секторів економіки зарубіжними суб'єктами, які завойовують сьогодні основні сегменти товарного ринку України. Важливість підвищення конкурентоспроможності підприємства на сьогоднішньому етапі робить актуальним уточнення сутності поняття конкурентоспроможність підприємства.

Дослідженням конкурентоспроможності підприємства приділили увагу багато вчених, таких як: І.І. Білецька, І.П. Волощук, Ю.Б. Іванов, М.О. Кизим, Т.І Лепейко, М. Портер та інші. Але, не заважаючи на велику кількість досліджень, не має єдиного загальноприйнятого трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства»