

но разумеется они принесут большую пользу как дополнительный учебный материал.

Исходя из вышеизложенного хотелось бы отметить, что таким базовым учебным пособием при обучении студентов менеджерских специальностей может быть использован учебник Головановой И.А. и Петренко О.Е. "Les Français des affaires? C'est pourtant facile!", отвечающий всем потребностям как преподавателя так и студента. Он включает все необходимые темы и аспекты обучения деловому французскому языку студентов.

Очень важным, на наш взгляд, аспектом работы при развитии деловой французской речи на факультетах менеджерских специальностей является использование текста. Текст как коммуникативно-речевая единица программирует речевую деятельность и сам может рассматриваться как обучающая программа по развитию речи. Он является источником информации, он дает тему для речи, позволяет решать задачи интенсивного обучения иностранному языку.

На первом этапе можно предложить пересказать текст наиболее близко к его содержанию. Затем, чтобы пересказ не послужил причиной выработки вредной привычки воспроизводить только заученный материал, можно рекомендовать изложить содержание прочитанного. Этому нужно обучать используя подготовительные упражнения: деление текста на смысловые отрезки, составление плана, выбор предложений, выражающих основную мысль каждого отрывка, перефразирование, составление краткого резюме и т.д.

При изучении французской грамматики для студентов менеджерских специальностей одним из наиболее сложных аспектов является овладение обучающимися личными формами глаголов, а также сослагательным наклонением (Subjonctif). Все эти грамматические явления представляют собой значительную психологическую трудность, потому что осознание языковых явлений осуществляется через призму принципов системы родного языка. И здесь важно добиться у студентов автоматизма в их употреблении путем выполнения многочисленных разнообразных упражнений в том числе восприятия на слух глагольных форм, а затем их воспроизведения вслух.

Овладевая французским языком, обучающийся готовится участвовать в реальной коммуникации, которая представляет собой двусторонний процесс, где каждый их участников выполняет и роль говорящего, и роль слушающего. Значит, устное общение на французском языке может осуществляться только в том случае если студент в достаточной степени владеет и говорением и аудированием. Между тем опыт свидетельствует, что существенные трудности при общении на французском языке испытывает при восприятии речи на слух. В этом случае преподаватель может использовать аудитивные и аудиовизуальные источники. До просмотра или прослушивания необходимо проанализировать наиболее сложные аргументы как в плане грамматическом, так и лексическом, затем дать прослушать текст, заранее нацелив внимание студентов на основные смысловые моменты текста целевыми вопросами, записанными на доске. И после этого можно переходить к более детальной переработке прослушиваемого текста.

Практические занятия по деловому французскому языку посвящаются приобретению обучающимися различных конкретных умений общения на данном языке. В этом процессе достаточно значительное место должны занимать ролевые и деловые игры на французском языке с помощью которых студенты факультетов менеджерских специальностей обучаются общению, поведению, умению решать конкретные экономические проблемы в их будущей деятельности, связанной с менеджментом, международной торговлей, финансами, маркетингом и т.д.

Эти игры, как правило, являются завершающим этапом каждого пройденного тематического раздела. В них отсутствует жесткая канва, что дает больше возможностей для творчества студентов, привлечения информации, полученной из базовых текстов изученных разделов, а также позволяет использовать речевые игры в разных аудиториях (по уровню и целям обучения).

Таким образом, применяя в процессе обучения деловому французскому языку студентов менеджерских специальностей комплексный подход, включающий все вышерассмотренные аспекты работы, представляется возможным подготовить специалиста, способного гармонично вписаться в сложный современный мир международного бизнеса, где знание иностранного языка является одним из важнейших условий.

Склепович М.В.

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ВИРОБНИКА НА ВНУТРІШНЬОМУ ТА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКАХ

В сучасних умовах зростання конкуренції на багатьох ринках України та активному впровадженню на них продукції зарубіжних фірм стає необхідним формування напрямків і резервів підвищення конкурентоспроможності продукції національного виробника як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку. Для забезпечення спроможності підприємств уникнути ризику втрати частки ринку в результаті проникнення на український ринок зарубіжних товарів, в умовах прискорення змін потреб споживачів все більшої уваги підприємств заслугоує управління конкурентоспроможністю, яке передбачає не тільки досягнення, а й збереження (підтримку) досягнутого рівню конкурентоспроможності продукції на ринку за всіма споживчими параметрами.

До споживчих параметрів конкурентоспроможності продукції, які підлягають управлінню на підприємстві можна віднести: параметри корисного ефекту або функціональної досконалості, який включає параметри якості продукції (наприклад, для стінових блоків та цегли - морозостійкість, теплопровідність, міцність, вага, відхилення від розмірів, колір тощо); параметри витрат на придбання та експлуатацію, включає параметри всіх витрат на ланцюжку продукції від виробника до споживача, які несе споживач (наприклад, ціна продукції, витрати на завантаження - розвантаження, витрати на транспортування та пов'язані з ним, мито, витрати на придбання додаткових матеріалів для використання даного); параметри умов платежу та поставки або умов договору купівлі-продажу (наприклад, умови знижок, умови продажу у кредит, умови авансування, терміни поставки, терміни виконання замовлення (швидкість), гарантії, мінімальні, максимальні обсяги партії (згідно потужності та продуктивності обладнання), страхування, доставка, виконання та дотримання умов договору); збутові параметри продукції (інформованість ринку, широта асортименту, знижки постійним клієнтам, дисконтні карти, додаткові безкоштовні послуги, наближеність до споживача).

В умовах міжнародної економічної інтеграції перед українськими підприємствами відкриваються нові можливості по розширенню виробництва та збільшенню доходів компаній. Важливим моментом є забезпечення спроможності українських підприємств гідно (достойно) вступити на світову арену. Не секрет, що менеджери та маркетологи розвинутих країн таких як Німеччина, Японія, США та інших країн є більш досвідченими і кваліфікованими з питань ведення міжнародного бізнесу, інтеграції та глобалізації. Тому важливою проблемою на національному рівні стає проблема підготовки спеціалі-

тів, які б не поступалися зарубіжним.

Конкурентоспроможність продукції національного виробника може забезпечуватися за допомогою таких конкурентних переваг підприємств як: висококваліфікований та досвідчений управлінський, інноваційний, маркетинговий та виробничий потенціал підприємства; автоматизоване продуктивне обладнання, здатне швидко адаптуватися до умов ринку; високоорганізовані канали розподілу продукції, замовлень та зворотного зв'язку; високоорганізована інформаційна підтримка (від пошуку до розповсюдження); використання високих технологій в управлінні персоналом та виробництві; наявність сировинної бази; наявність інвестиційних ресурсів; можливість використання більш дешевих ресурсів (всіх видів); націлення усієї діяльності підприємства на забезпечення конкурентоспроможності продукції (і відповідно потреб споживача), що є головною передумовою успіху на ринку.

Джерела та література

1. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография. – 2-е изд., стереотипное. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля, 2004. – 320 с.
2. Портер М. Конкуренция: Учеб. пособ.: Пер. с англ. Под ред. Я.В. Зблочкиго. – М.: Вильямс, 2002. – 495 с.
3. Черенков В.И. Международный маркетинг. – Санкт-Петербург, 2003. – 845 с.

Сорокун С.С.

ВІДКРИТІСТЬ ЕКОНОМІК: ФАКТОРИ, ПОКАЗНИКИ ТА ПЕРЕВАГИ

Українська економіка інтегрується у світовий економічний простір завдяки її відкритості. За сучасних умов неможливо відмежуватися від зовнішнього світу, але стосунки з ним необхідно будувати за принципами рівноправності та взаємовигоди. Саме тому відкритість економіки, лібералізація зовнішньоекономічної діяльності повинні узгоджуватися з комплексними заходами захисту внутрішнього ринку, з політикою розумного протекціонізму щодо вітчизняного виробника.

Ми переконані, що Україна повинна використати переваги міжнародного розподілу і кооперації праці для динамічного розвитку національної економіки, має реальні шанси для включення у світову систему господарства як промислово розвинена країна, а не постачальник сировини і дешевої робочої сили.

Забезпечуючи свої потреби в критичному імпорті (енергоносії, високі технології, комплектуючі для стратегічно важливих галузей), ми повинні докласти усіх зусиль для встановлення паритетних зовнішньоекономічних відносин з тими країнами, у торгівлі з якими імпорт перевищує експорт.

Вважаємо за необхідне вдосконалювати структуру зовнішньоекономічного балансу шляхом скорочення невиправданого імпорту, зниження долі сировини в експорті й збільшення в ньому продукції з високим рівнем переробки, наукомісткої продукції і товарів високотехнологічних виробництв. Системні перетворення в паливно-енергетичному комплексі країни дозволять подолати в найближчому майбутньому нашу залежність від експорту.

На сучасному етапі економічного розвитку для України важливо зберегти статус транзитної держави, територією якої транспортуються у країни Європи нафта, газ та інші товари з Росії. Використовуючи вигідне геополітичне положення, варто використати існуючі та вести пошук нових можливостей надання послуг на експорт (трубопроводи, залізничний і автомобільний транспорт, морський флот та інше).

Ми вважаємо держави Європейського Союзу і Центральної Європи головними економічними партнерами України. Вагомою складовою стратегії нашого економічного зростання є також поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків з Росією.

Бачимо реальні перспективи розширення нових і відновлення старих, традиційних для української економіки ринків збуту продукції в країнах СНД і Балтії, розвиток з ними вільної торгівлі на основі укладання двосторонніх угод.

Держава повинна створювати необхідні умови для вступу України у Міжнародну торговельну організацію, адаптувати до міжнародних стандартів законодавство, що регулює зовнішню торгівлю, а також митні процедури.

Зрозуміло, що існуючий ризик втрати вкладеного капіталу, високі ставки податків, непрозорість законодавства і низька купівельна спроможність нашого населення відлякують зарубіжних інвесторів. З огляду на це, є намір ініціювати втілення в життя програм сприяння іноземним інвестиціям, дієвого державного страхування інвестиційних ризиків та інших засобів підвищення інвестиційної привабливості вітчизняної економіки.

Скотний П. В.

ЄВРОРЕГІОН ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНТЕГРАЦІЇ У ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ПРОСТІР

Єврорегіони відіграють важливу роль в інтеграційних процесах, оскільки їх основна мета – це поглиблення прикордонної співпраці органів регіонального самоврядування, економічна співпраця, розвиток комунікацій, туризму, спорту, захист навколишнього середовища, культурно-освітня діяльність, становлення дружніх відносин між країнами тощо. Це довела практика діяльності не тільки перших єврорегіонів Європи, які успішно діють з п'ятидесятих років ХХ ст., але й доробки єврорегіонів, які створені та діють на кордонах України.

Досвід прикордонної співпраці у Європі мають регіони, що розташовані на південних, північних і західних кордонах Німеччини та Скандинавських країн. Основоположниками транскордонної співпраці є норвезько-шведсько-фінські, німецько-голландські та німецько-французькі прикордонні регіони. У 1958 році було створено на німецько-голландському кордоні єврорегіональну структуру під назвою "Euregio", яка стала елементом європейського устрою. Правовою структурою єврорегіональних відносин є багатосторонні міжнародні угоди, які регулюють співпрацю сторін-учасниць регіонального об'єднання. Ці договори базуються на регіональних чи локальних угодах і порозуміннях, принципом яких є розвиток транскордонної співпраці. Дані угоди укладаються задля вирішення спільних проблем і полегшення співпраці в окремих галузях двох або більше адміністративних одиниць, які репрезентують регіони декількох країн.

На даний час на кордонах України створено та діють чотири єврорегіони: Карпати, Буг, Верхній Прут та Нижній Дунай. Два з них вже мають деяку позитивну практику у сфері транскордонного співробітництва. Так, в рамках Карпатського єврорегіону періодично проводяться міжнародні конференції, ярмарки та виставки у містах регіону, утворена Асоціація університетів Карпатського єврорегіону, організовуються літні школи, проходять фестивалі, спортивні змаган-