

## **ВИЗНАЧЕННЯ ШЛЯХІВ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ТОВ «АВТО - ЕЛЕКТРОМАШ»**

О.О. Барабаш, к.е.н., с.н.с.  
С.В. Куликова

*Одеський національний політехнічний університет*

В сучасних умовах господарювання актуальною є проблема підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції і послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання і управління виробництвом, активізації підприємництва.

Основна задача приділяється аналізу господарської діяльності підприємства, а саме собівартості продукції. Оскільки цей багатогранний показник виражає в грошовій формі витрати усіх видів ресурсів: основних фондів, промислової сировини, матеріалів, палива й енергії, праці, використовуваних безпосередньо в процесі виготовлення продукції і виконання робіт, а також для збереження і поліпшення умов виробництва і його удосконалення. Зниження собівартості продукції є найважливішим чинником розвитку економіки промислового підприємства.

За допомогою аналізу розробляються стратегія і тактика розвитку підприємства, обґрунтовуються плани й управлінські рішення, здійснюється контроль за їхнім виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства, його підрозділів і робітників.

На прикладі ТОВ «Авто-Електромаш», було проведено економічний аналіз собівартості продукції, який полягає у всебічному вивченні та оцінці реальної величини понесених витрат та їх динаміки і причин виникнення за період 2013-2014 роки, для обґрунтування управлінських рішень щодо її оптимізації у майбутньому.

ТОВ «Авто-Електромаш» більш 70-ти років успішно працює на ринку автотракторного електроустаткування і є єдиним в Україні розробником і виробником стартерів і генераторів для автомобільних, тракторних і мотоциклетних двигунів електровентиляторів системи охолодження двигуна автомобіля, магнето для тракторних пускових двигунів, хрестовин карданного валу, автомобільних фільтрів. В даний час компанія має розвинену дистрибуторську мережу і свої представництва в багатьох країнах Східної та Західної Європи. Постачання продукції з маркою «Електромаш» здійснюється для комплектації виробів ЗАТ «ЗАЗ» м. Запоріжжя (Україна), на ринки автомобільних запасних частин – Франції, Польщі, Румунії, Болгарії, країн Середньої Азії, і ін.

Для детального вивчення собівартості продукції, здійснювався аналіз у таких напрямках:

- аналіз за економічними елементами;
- аналіз за статтями калькуляції;
- аналіз витрат на одну гривню продукції;
- аналіз собівартості окремих видів продукції;
- аналіз впливу змін витрат за групами продукції за рівнем їх рентабельності [1, с.139].

В ході дослідження було виділено наступні головні шляхи зниження собівартості продукції на підприємстві:

- підвищення технічного рівня виробництва, зокрема впровадження нової прогресивної технології, підвищення рівня механізації та автоматизації виробничих процесів, упровадження наукової організації праці;
- розширення масштабів використання й удосконалення техніки і технології, що застосовується;
- поліпшення організації виробництва і праці, тобто удосконалення управління виробництвом і скорочення витрат на нього, краще використання сировини та матеріалів, поліпшення використання основних виробничих фондів, поліпшення матеріально-технічного забезпечення, скорочення транспортно-складських витрат тощо;
- зміна обсягу виробництва, що зумовлює відносне скорочення умовно-постійних витрат у результаті зростання обсягу виробництва;
- зміна структури, асортименту та поліпшення якості продукції [2, с.352].

Після проведеного аналізу, відповідно за результатами показників, були визначені резерви зниження собівартості продукції, та запропоновані пропозиції щодо шляхів її зниження на даному підприємстві.

Щоб в конкурентній боротьбі займати гідне місце, та розширювати свою частку на світовому ринку необхідно оновлювати та модернізувати виробництво, бо науково-технічний прогрес стрімко рухається в гору.

Та для цього необхідні значні кошти, зокрема залучення інвестицій, але залучення інвестицій, як зарубіжних так і вітчизняних компаній йде дуже складно, тобто, не слід гаяти час, задовольняючи потребу в прибутках, які має підприємство на разі. Потрібно знаходити шляхи зменшення витрат виробництва, щоб отримати більше прибутку і залучати його на підготовку і освоєння нових видів продукції.

Отже, при використанні наших пропозицій, підприємство ТОВ «Авто-Електромаш» збільшуватиме конкурентоспроможність своєї продукції, отримуючи стабільно високі фінансові результати та матиме змогу використовувати їх на нові прогресивні технології та освоєння виробництва нових видів продукції.

#### Література:

1. Грабовецький Б.С. Економічний аналіз: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
2. Шегда А.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2005. – 431 с.

## ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

І.М. Епіфанова, к.е.н., доцент  
Юсупов Равшан

*Одеський національний політехнічний університет*

Аналіз тенденцій розвитку світового господарства показує, що глобалізація, яка стає головною домінантою в економіках країн, з одного боку – надає нові можливості розвитку підприємств, з іншого боку – сприяє появі нових складних проблем. Однією з таких – є необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. В сучасних умовах господарювання здійснення успішної конкурентної боротьби є одним з головних завдань підприємства. Крім того, постійно йде процес розвитку засобів та методів виробництва, що призводить до ще більшої конкуренції, тому підприємству потрібно турбуватися про свою конкурентоспроможність.

Тому виявлення дієвих механізмів, чинників підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є актуальною проблемою як на рівні окремого підприємства, так і регіону та країни в цілому.

Дослідженню конкурентоспроможності на рівні підприємства та економіки в цілому присвячена значна кількість наукових праць зарубіжних і вітчизняних учених. М. Портер, Р. Фатхутдінов, Р. Довбуш, Ю. Іванов та інші досліджували цю категорію як з теоретичної, так і з прикладної точки зору [1-5].

Узагальнення існуючих підходів дає можливість зробити висновок про необхідність поглиблення дослідження чинників підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Для управління конкурентоспроможністю підприємства, моделювання цих процесів необхідно дослідити та виділити чинники її підвищення. За сферами впливу чинники поділяються на дві групи: внутрішні та зовнішні. До зовнішніх чинників можна віднести: діяльність державних владних структур (фіскальна, кредитно-грошова політика, законодавство); розвиток суміжних та забезпечуючих галузей; характеристику попиту; господарську кон'юнктуру, яка характеризується станом ринків сировини та матеріальних ресурсів, трудових ресурсів, засобів виробництва, фінансових ресурсів та ін. До внутрішніх чинників відносяться: діяльність керівництва та апарату управління підприємством; система технологічного оснащення; кадрове забезпечення; забезпеченість сировиною, матеріалами та напівфабрикатами тощо [4].