

Секція 3.
**Вплив потенціалу промислового
підприємства на його
конкурентоспроможність**

Науковий модератор:
д.е.н., професор, Гончаров Ю.В.

IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE ALS INNOVATIVES INSTRUMENT ZUR STÄRKUNG DER INTERNATIONALEN WETTBEWERBSFÄHIGKEIT VON INDUSTRIEUNTERNEHMEN AM BEISPIEL DER GMBH „ODETEX“

*T.V. Averihina, PhD
O.V. Kovalchuk*

Odessa Nationale Polytechnische Universität, Stadt Odessa

Gerade in unseren Tagen ist das Thema „Immaterielle Vermögenswerte“ in den Blickpunkt der Öffentlichkeit geraten. Für das effektive Funktionieren von Unternehmen ist es heutzutage notwendig, das Innovationspotenzial von Unternehmern zu entwickeln. Konzepte zu aktualisieren, relevante Ideen zu finden und immer einen Schritt voraus zu sein, ist einer der wichtigsten Aspekte eines modernen Unternehmens. Aus diesem Grund spielt die intellektuelle Aktivität eine wichtige Rolle bei der Verbesserung der innovativen Entwicklung des Unternehmens. Immaterielle Vermögenswerte tragen als intellektuelle Komponente dazu bei, die Innovationsaktivität des Unternehmens zu steigern.

Die Anforderungen der Verbraucher wachsen jeden Tag, sie verschärfen den Wettbewerb auf dem internationalen Markt und zwingen die Wettbewerber, ihre Marktpositionen zu stärken und das Timing der Einführung der neuesten Technologien zu verkürzen.

Im allgemeinen Expansion und Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte müssen die internationale Wettbewerbsfähigkeit verbessern. Zu diesem Sektor gehören alle besonderen Fähigkeiten, Wissen, Ideen, durch die sich ein Unternehmen von dem anderen unterscheiden kann. Es kann als die Entwicklung seiner Vorteile genannt werden. Daher besteht ein Problem der Innovation, die die internationale Wettbewerbsfähigkeit von Industrieunternehmen unter modernen Bedingungen verbessert.

Eine wichtige Rolle an dem Unternehmen bei der Anreicherung von immateriellen Vermögenswerten spielt ein Manager, weil er entscheidet, ob eine Idee deren Umsetzung wert ist, ob sie wirksam sein wird, und was das wichtigste ist, ob sie Gewinn bringen wird. Es ist sehr wichtig, einen qualifizierten Manager zu wählen, der sich professionell auf Innovationen und aktuelle internationale Trends konzentrieren kann. Der häufigste Fehler ist die Vernachlässigung der Idee, die zunächst trivial scheint, aber nach der Durchführung einer anderen Firma – relevant und sehr profitabel ist. Daher muss die Firma richtig Mitarbeiter motivieren und regelmäßigen Brainstorming halten, den Fluss der produktiven Innovation gewährleisten.

Das Hauptziel der unternehmerischen Tätigkeit besteht darin, zufriedenstellende Gewinne zu erzielen und diese durch die Einführung von Know –how zu steigern. Aufgrund des Verhaltens des geistigen Eigentums entwickelt sich die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Ein Weg um Gewinn kann ein Patent auf die Durchführung eines Projekts mit der Möglichkeit eines weiteren Verkaufs von Franchise auf ihre Umsetzung zu anderen Unternehmen auf nationaler und internationaler Ebene sein.

Immaterielle Vermögenswerte sind nur dann erfolgreich, wenn sie das Ergebnis einer gut geplanten strategischen Tätigkeit des Unternehmens sind. An erster Stelle für einen erfahrenen Manager steht vor allem die Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter. Es trägt dazu bei, den intellektuellen Wert und das Potenzial des Unternehmens zu erhöhen. Heutzutage gibt es nicht so viel wirklich erfahrene und hochqualifizierte Fachleute, die spezifische Ressourcen für das Unternehmen entwickeln, auf den sie arbeiten. Dank solchem „spezifischen Personal“ wird der Wert des Unternehmens geschaffen.

Das Wesen des Ausbaus der immateriellen Vermögenswerte besteht darin, aus einem normalen gewöhnlichen Personal hochqualifizierte „Generatoren“ von Ideen zu schaffen, das heißt „spezifische Ressourcen“ für das bestimmte Unternehmen. Solche Innovatoren können dem Unternehmen zusätzliche Gewinne bringen.

Ein Beispiel für die so genannten immateriellen Vermögenswerte kann „Digital –Marketing“ sein. Digital –Marketing ist der Erwerb von bestimmten Kenntnissen und Fähigkeiten durch kleinere und mittlere Unternehmen für den Einsatz verschiedener Formen von digitalen Kanälen für die effektive Umsetzung der Marketing –Politik ihrer Unternehmen.

Es ist bekannt, dass die Suche und Gewinnung von Kunden für kleinere und mittlere Unternehmen in der Ukraine eine große Herausforderung ist. Für die Herstellung bestimmter Waren

oder Dienstleistungen, haben sie ein geringes Maß an Marketing und ihre Marketing –Strategien bieten oft geringe Effizienz und Effektivität. Digital –Marketing bietet die Möglichkeit, effizient die Wirksamkeit von Marketing –Politik zu erhöhen. Die Entwicklung der IT –und Internet –Technologien in der Ukraine eröffnet in den letzten Jahren viel größere Möglichkeiten für die Benutzung des digitalen Marketings. Jedoch im Allgemeinen erlauben geringe Kenntnisse und Fähigkeiten bezüglich dieser Frage unter KMU nicht, die Chancen zu ergreifen, und oft – auch die Notwendigkeit zu bestimmen digitale Marketing –Kanäle zu verwenden, die Richtung zu wählen und den Schwerpunkt der vorgeschlagenen oder verfügbaren Lösungen zu verstehen. Existierende Ausbildungsprogramme des digitalen Marketings sind nicht ausreichend vorhanden, erfordern ein höheres Niveau der Erstausbildung der Teilnehmer, sind nicht auf die spezifischen Bedürfnisse von KMU ausgerichtet, und fördern oft nicht die Entwicklung von Fähigkeiten in der Verwendung spezieller Werkzeuge für das digitale Marketing.

Somit ist Digital –Marketing eine große Chance für Unternehmer, die Qualität des intellektuellen Personals auf dem Weg der innovativen Entwicklung der internationalen Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens zu erhöhen.

Zum Beispiel, für Industrieunternehmen GmbH „Odetex“ ist die Entwicklung von immateriellen Vermögenswerten eine der wichtigsten strategischen Möglichkeiten zur Erhöhung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Auf diesem einzigartigen Unternehmen in der Ukraine werden Florstoffe, Polypropylenbeutel und verschiedene Vliesstoffe hergestellt. Die Produkte des Unternehmens werden bei der Herstellung von Möbeln, in der Landwirtschaft, im Bauwesen und bei der Herstellung von medizinischen Produkten verwendet. Die GmbH „Odetex“ verwendet ihre eigenen einzigartigen Technologien zur Herstellung von Vliesstoffen wie Spunbond und Spunlies, was bereits ein bedeutender Vorteil im Vergleich zu bestehenden Wettbewerbern auf dem ukrainischen Markt ist. Um immaterielle Werte zu entwickeln und den intellektuellen Wert der Spezialisten der GmbH „Odetex“ insgesamt zu erhöhen, ist es notwendig, verschiedene Schulungen, Trainingsseminare und Praktika für den Erfahrungsaustausch mit ausländischen Partnern durchzuführen. Darüber hinaus hat das Unternehmen noch keine Marketingabteilung, aber es gibt eine Verkaufsabteilung, so dass das Unternehmen Digital –Marketing anwenden muss. Mit seiner Hilfe kann das Unternehmen die Qualifikation seiner Spezialisten aus der Verkaufsabteilung erhöhen und eine Marketingabteilung aufbauen, ohne neue Spezialisten von außen zu gewinnen.

Das Problem der Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und der Sicherung der Wettbewerbsvorteile von Unternehmen unter den heutigen Marktbedingungen ist eines der dringendsten. In der heutigen Betriebsumgebung kann festgestellt werden, dass immaterielle Vermögenswerte ein führendes Instrument für die Erhöhung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit sind. Dank der Fähigkeit, die Wettbewerbsfähigkeit immaterieller Werte zu kombinieren und effektiv immaterielle Vermögenswerte umzusetzen, kann man geschickt die Mitarbeiter motivieren, indem man die internationale Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens erhöht.

Die Kundenbasis vom Industrieunternehmen GmbH „Odetex“ kann durch die Einhaltung der vorgeschlagenen Maßnahmen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit bald erweitert werden und seine eigenen Ressourcen können effizienter genutzt werden. So wird für die Ukraine einzigartige Firma „Odetex“ GmbH in der Lage sein, stärkere internationale Marktpositionen einzunehmen.

Quelle:

1. Безрукова Н. В. Фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності компаній в умовах сучасної глобальної економіки // Ефективна економіка. – 2015. – с. 39–42.
2. Ковальчук О.В. Нематеріальні активи як інструмент інноваційного розвитку підприємства / О.В. Ковальчук, Т.В. Аверіхіна. // XXII науково –практична конференція «Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки в контексті інтеграції України в Європейський науково –інноваційний простір». – 2016. – С. 37–40.
3. Die offizielle Website der GmbH „Odetex“ [Elektronische Ressource] – Zugriffsmodus: <http://www.odetex.com>.

ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*В.В. Войцеховська,
Науковий керівник: І.В. Минчинська, старший викладач*

Національний Університет Державної Фіскальної Служби України, м. Ірпінь.

У системі ринкових відносин конкуренція відіграє значну роль у процесі ефективної самоорганізації учасників ринку. Термін «потенціал» походить від латинського «*potentia*» і перекладається як сила чи міць. У науковій літературі представлено кілька чітких підходів до тлумачення поняття «конкурентний потенціал». Загалом найбільш поширеним можна вважати підхід, який розкриває цю концепцію шляхом поєднання існуючих ресурсів та можливостей компанії [1; 2; 5].

У той же час, як відомо, основою формування конкурентного потенціалу є ресурсний потенціал підприємства. В основі ресурсного потенціалу, якщо ми виходимо з поняття «ресурс», є засоби, запаси та, в широкому сенсі, все, що може бути використане або перетворене у процес функціонування організації для досягнення будь-якої мети і виконання різних завдань.

Ще однією обов'язковою особливістю конкурентного потенціалу, який відрізняє його від будь-якого іншого потенціалу підприємства, є здатність надавати компанії конкурентні переваги на тому чи іншому ринку. Тобто внутрішній (ресурсний) потенціал корелює з зовнішнім (ринковим) потенціалом і у тому випадку, якщо вони відповідають один одному, підприємство має певні можливості.

Кожна компанія має певний потенціал і намагається максимально ефективно її реалізувати. Враховуючи реальність існуючого ринку, зокрема жорстку конкуренцію, для досягнення поставлених цілей необхідна чітка стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства.

Управління – це така постійна, систематизована послідовність дій суб'єкта, завдяки впливу на об'єкт управління, результатом якого є збереження останнього в даному стані та його цілеспрямоване, ефективне функціонування в конкурентному середовищі.

Для забезпечення процесу управління необхідно дотримуватися наступних умов:

1. контроль і керовані системи пов'язані з причинними залежностями;
2. підсистема повинна мати мету управління;
3. контрольна підсистема повинна бути здатною сприймати інформацію про стан об'єкта управління, результати його діяльності, екологічні збурення;
4. своєчасно виробляти контрольні впливи та передавати їх об'єкту управління;

Процес управління конкурентоспроможністю потенціалу компанії тісно пов'язаний з визначенням цілей її присутності на ринку. Цілі підприємства визначаються його власниками (менеджерами) відповідно до процесів, що відбуваються в суспільстві, та характер окремих компонентів потенціалу економічної системи [6, с. 14].

Конкурентоспроможність потенціалу компанії визначає її основні фактори як унікальне поєднання наявного потенціалу, накопиченого досвіду управління, рівня використання окремих компонентів потенціалу, іміджу.

Практичне значення управління конкурентоспроможністю потенціалу компанії полягає у тому, що система офіційних, знецінених цілей економічної системи доповнюється, конкретизується, коректується в процесі внутрішньоорганізаційного діалогу між окремими рівнями управління, а потім перетворюється на індивідуалізовані цілі команди або її окремих членів, як керівників, так і менеджерів різних рівнів. Саме ці цілі й зосереджені на оптимізації використання окремих елементів потенціалу компанії [2, с.12].

Управління виконує певну функцію, спрямовану на збереження системи. Організація системи управління буде висловлювати упорядкованість цілей, завдань, функцій і зв'язків між її елементами, а також порядок і методи отримання, переробки і передачі інформації, основою якої є збереження організаційної структури управління підприємством.

Виявлення і розвиток конкурентного потенціалу є основною запорукою досягнення підприємством високого рівня конкурентоспроможності.

Під управлінням конкурентоспроможністю підприємства в [4, с.7] запропоновано розуміти систематичний, планомірний і цілеспрямований вплив на систему конкурентоспроможності з метою збереження її стійкості чи переходу з одного стану в інший за допомогою необхідних і достатніх способів та засобів впливу. Згідно з [4, с.7] управління конкурентоспроможністю не еквівалентно всій діяльності підприємства з досягнення кінцевих цілей, а містить у собі тільки ті функції й дії, що пов'язані з розробкою й реалізацією стратегії конкуренції, зі спонуканням до здійснення стратегії, із цільовою орієнтацією різних видів діяльності тощо. На цій підставі виділено контур управління конкурентоспроможністю, що визначає «вбудованість» системи управління конкурентоспроможністю у загальне управління підприємством. Під контуром управління розуміється замкнута сукупність елементів системи управління, орієнтована на виконання функцій управління конкурентоспроможністю. Контур управління, націлений на забезпечення конкурентоспроможності, названо системою управління конкурентоспроможністю.

Для постановки і рішення задач оптимізації управлінських рішень, спрямованих на ефективне використання та розвиток конкурентного потенціалу, потрібно враховувати такі основні принципи: орієнтацію на основні цілі виробничо – господарського та соціально – економічного розвитку підприємства; чітке формулювання критерію оптимальності в однозначному варіанті; оптимальне функціонування кожного з локальних потенціалів, які входять до складу конкурентного потенціалу; врахування динамічності системних показників та обмеженості ресурсів; саморегулювання та саморозвиток відповідно до динаміки внутрішнього середовища.

Таким чином, на основі теоретико – методологічного аналізу розкрито сутність конкурентного потенціалу як ключового аспекту в системі управління конкурентоспроможністю підприємства, виявлено, що однією з головних задач забезпечення конкурентоспроможності є аналіз самої структури конкурентного потенціалу, всіх її елементів, які входять до складу конкурентного потенціалу, а також запропоновано ефективний підхід до управління ним.

Література :

1. Андрійчук В.Г. Сучасна аграрна політика: проблемні аспекти / Андрійчук В.Г., Зубець М.В., Юрчишин В.В. – К.: Аграрна наука, 2008. – 140 с.
2. Бабина О.Є. Потенціал як системна економічна категорія / О.Є. Бабина // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 23 –26.
3. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2016. – 294 с.
4. Володін С.А. Теоретико – методологічні та організаційні засади інноваційного провайдингу на наукоємному аграрному ринку. – К.: ЗАТ «Нічлава», 2007. – 384 с.: іл. – Бібліограф.: С. 359 – 380.
5. Гудзинський О.Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико – методологічний аспект): монографія / О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
6. Кирчата І.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі: монографія / І.М. Кирчата, Г.В. Поясник. – Харків: ХНАДУ, 2009. – 160 с.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*А.А. Дискіна, к.е.н., доцент
А.О. Алексеєнко*

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Сьогодні характерною особливістю сільськогосподарських підприємств є недостатня цінова конкурентоспроможність практично всіх видів сільськогосподарської продукції, яку зумовила насамперед стрімко зростаюча техніко –технологічна відсталість підприємств, руйнування їх виробничого потенціалу. Усе це призвело до різкого зменшення обсягів реалізації продукції, погіршення її якості, втрати фінансової стійкості підприємств. Отже, сільськогосподарські підприємства повинні приділяти особливу увагу конкурентоспроможності своєї продукції за рахунок значного зменшення витрат на основі техніко –технологічного удосконалення виробництва.

Від так, вітчизняні сільськогосподарські підприємства постійно знаходяться в гострій конкурентній боротьбі між собою та на світовому ринку. Конкуренція є чи не найважливішим фактором, що стимулює підвищення ефективності їх роботи, але й змушує їх шукати більш нові прогресивні методи управління, впровадження ефективних ресурсоощадливих технологій у виробництві та переробці сільськогосподарської продукції, підборці нового персоналу та стимулюванні і мотивації вже існуючого персоналу з метою зростання продуктивності праці.

Поняття конкурентоспроможності підприємства слід розглядати як наявність у підприємства матеріальних та нематеріальних можливостей і ресурсів, умов, які забезпечують йому сталий розвиток у довгостроковій перспективі. Вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства полягає у формуванні, утриманні та зміцненні конкурентних переваг, до яких класично відносили низькі витрати, диференціацію та фокусування, а сьогодні ще додають й ключові компетенції [1, с.54].

Конкурентна перевага – це результат конструктивного мислення; здатність підприємства випереджати своїх конкурентів; наслідок відмінностей в операційній ефективності, зумовлений рівнем доходів населення, працівників; здатність залучати споживачів та зберігати їхню прихильність; нововведення, що дає реальне збільшення бізнес – успіху; індикатор положення підприємства в конкуренції; реалізована ключова компетенція [2, с.125].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив.

Показники конкурентоспроможності відображають не стільки параметри конкретних видів продукції, скільки характеризують потреби потенційних покупців. Водночас процес оцінки конкурентоспроможності продукції не є статичним і довгостроковим й змінюється залежно від конкретних умов її реалізації, що потребує вивчення поточної кон'юнктури ринку, коригування маркетингової стратегії підприємств та розробки механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції [3, с.136].

Тому важливо визначати й узагальнювати всю сукупність чинників, які впливають на ефективність виробництва сільськогосподарської продукції і функціонування сільськогосподарських підприємств загалом, визначати поняття і сутність організаційно – економічного механізму конкурентоспроможності продукції та окремих підприємств в цілому. На особливості формування та ефективного функціонування організаційно – економічного механізму підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства загалом впливатиме комплекс чинників, які нами в узагальненому вигляді систематизовано і показано на рисунку 1.



Рис. 1 – Чинники формування та ефективного функціонування організаційно – економічного механізму підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства

Одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції, що забезпечить конкурентоспроможність і підприємства загалом, з врахуванням викладених чинників, буде цінова перевага, для забезпечення якої собівартість як базовий рівень ціни повинна формуватися за низьковитратним принципом. Досягти цього можна за рахунок удосконалення галузевої структури суб'єктів господарювання, науково обґрунтованої спеціалізації і концентрації виробництва, підвищення продуктивності праці, ефективного використання ресурсів і виробничого потенціалу та врахування вимог ринку.

Література:

1. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія] / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.
2. Мазур Н.А. Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрями її підвищення / Н.А. Мазур, М.С. Місюк // Економіка АПК. – 2007. – №2. – С.123 –127
3. Становлення та ефективність функціонування сільськогосподарських виробничих структур різних організаційно –правових форм : монографія / [Березівський П. С., Березівська О. Й., Березівський З. П. та ін.]. – Львів : Ліга –Прес, 2007. – 205 с.

ОСНОВНІ ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

*Г.І. Задорожко, к.е.н., доцент,
Ю.В. Іванченко*

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Інтенсифікація потужності підприємства та підвищення на цій основі ефективності його діяльності, життєздатності та конкурентоспроможності на ринку є одним з головних напрямків розвитку підприємства в сучасних економічних умовах. Необхідною умовою розвитку є підвищення ефективності використання основних засобів, так як вони є основою виробничого потенціалу підприємства

Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство/установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва/діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально – культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [1].

Підвищення якості управління підприємством пов'язане з застосуванням сучасних методів оцінки стану основних засобів, аналізу та планування їх розвитку, з формуванням комплексного підходу до оцінки взаємовпливу показників фінансово – господарської діяльності підприємства та показників використання засобів. Пошук шляхів підвищення ефективності використання основних засобів є одним з найактуальніших питань в політиці управління підприємством в цілому.

Перед підприємствами стають завдання домогтися підвищення використання наявних основних засобів і насамперед їх активної частини, в часі і за потужністю, тобто мова йде про підвищення рівня інтенсивного їх використання. Для вирішення цього завдання та отримання відчутних результатів у діяльності підприємства повинні бути розроблені конкретні засади, спрямовані на поліпшення використання основних засобів, практичне застосування яких дасть змогу використовувати наявні на підприємствах резерви підвищення їх ефективності.

Пріоритетне значення серед таких заходів повинно бути відведено наступним господарським операціям, пов'язаним із розпорядженням майном підприємства (рис. 1).



Рис. 1 – Завдання стосовно підвищення використання наявних основних засобів підприємства

Практична реалізація окреслених заходів на підприємствах позначиться на їх економічній діяльності і сприятиме підвищенню інтенсивності виробництва. Зокрема, складаються широкі можливості для прискорення переорієнтації підприємств на випуск нової продукції, яка користується підвищеним попитом у споживачів. Поряд з тим, поліпшення інтенсивного використання основних засобів підприємства є важливою передумовою збільшення обсягів випуску продукції, яка користується попитом на ринку без додаткових капітальних вкладень, що особливо важливо в умовах обмеженості інвестиційних ресурсів.

Виходячи із змісту цього процесу видно, що фондовіддача наявних на підприємстві основних фондів прямо пропорційно залежить від продуктивності праці працюючих і обернено пропорційно від її фондоозброєності. Отже, для зростання фондовіддачі на підприємствах необхідно розробляти і застосовувати заходи, які дадуть змогу забезпечувати випередження темпів зростання продуктивності праці порівняно з темпами зростання її фондоозброєності.

Серед напрямів підвищення ефективності використання основних засобів на підприємствах щільне місце повинно бути відведено заходам, спрямованим на поліпшення їх екстенсивного використання. Зокрема, важливе значення повинно надаватися насамперед таким, які спрямовані на підвищення змінності роботи устаткування. Підвищення змінності роботи устаткування є важливим фактором зростання обсягів виробництва продукції і підвищення ефективності використання основних засобів. У зв'язку з цим, на підприємствах необхідно домагатися оптимальної структури складових засобів праці, досягнення пропорцій між робочою силою і відповідними видами машин і устаткування, тобто повинна зростати питома вага прогресивного нового устаткування, удосконалюватись організація функціонування виробничої інфраструктури, що сприятиме поліпшенню технічного обслуговування основних підрозділів підприємства, перерозподілу працюючих в його межах, вивільненню робітників в допоміжних виробництвах і залучення їх після відповідної підготовки до роботи в основних цехах, щоб підвищити змінність наявного у них устаткування [3].

Підвищення коефіцієнтів змінності роботи устаткування підприємства може бути досягнуто шляхом – розширення зони багатостанного обслуговування, – суміщення професій. Можливості для розширення зони обслуговування створюються в результаті технічного удосконалення устаткування, підвищення рівня комплексної механізації і автоматизації виробництва.

Підвищенню змінності роботи устаткування повинно сприяти удосконалення його структури, тобто зменшення в його складі тих машин і верстатів, які за своїми технологічними можливостями лише частково завантажені роботою протягом зміни.

Наявність на підприємствах устаткування, яке лише частково використовується у виробничому процесі, не дає змоги протягом строку корисного використання перенести свою вартість на виготовлювану продукцію (послуги). В результаті матиме місце значна недоамортизація такого устаткування, що негативно впливатиме на економічні показники діяльності підприємства. Досвід діяльності багатьох підприємств показує, що позбутися надлишку устаткування можна шляхом зміни його структури, наприклад, реалізації або списання застарілих верстатів і машин, придбати нове устаткування, і за рахунок високої продуктивності якого більш повно завантажити все наявне устаткування. Вирішення проблеми повного завантаження устаткування можливе шляхом розвитку кооперування підприємств з метою ефективності використання наявних у них резервів виробничих потужностей.

Значного підвищення змінності роботи устаткування можна домогтися шляхом розширення сітки організацій, покликаних здійснювати прокат машин і устаткування та інших елементів основних фондів. Такі організації скуповують у підприємств зайве устаткування, здійснюють у випадках необхідності їх ремонт і модернізацію і віддають на прокат підприємствам, споживачам. Від такої діяльності економічну вигоду отримують всі її учасники: підприємства, які продали зайве у них устаткування такій організації, мають змогу отримувати суму коштів значно більшу, ніж у випадку, коли таке устаткування демонтується і підготовлюється для здачі його на металобрухт. В той же час, підприємства, яким необхідні відповідні види машин і устаткування за свої кошти мають змогу оперативно його придбати і залучити до використання у виробничому процесі, оскільки значна частина таких машин і верстатів перебуває в доброму технічному стані [4].

Важливе значення в підвищенні ефективності використання основних засобів мають соціальні фактори. Так, проведені соціологічні дослідження на ряді підприємств дали змогу

виявити низку причин, які негативно впливають на організацію використання активної частини основних засобів в другу зміну. Насамперед, мова йде про незадовільне забезпечення другої зміни необхідним комплексом послуг виробничої інфраструктури (своєчасного ремонтного обслуговування, ритмічного забезпечення робочих місць необхідними матеріалами, інструментом, комплектуючими, транспортними засобами, різними видами енергії), низький рівень організації харчування, медичного обслуговування; недостатність в організації соціально-побутової інфраструктури міст та робітничих селищ; невисокий рівень кваліфікації кадрів, що не дає можливість ефектно використовувати нову техніку.

Поряд з технічними і організаційними факторами важливу роль в підвищенні ефективності використання основних засобів повинні відігравати фактори матеріального стимулювання працівників підприємств. Мова йде про те, що менеджмент підприємств має розробляти і постійно удосконалювати механізми матеріального стимулювання робітників, інженерів та інших працівників, діяльність яких сприяє виявленню та організації використання резервів підвищення ефективності основних засобів.

Поліпшення інтенсивного та екстенсивного використання основних засобів підприємств безпосередньо позначається на зниженні собівартості виготовлюваних виробів за рахунок економії на умовно – постійних витратах, а в кінцевому підсумку це дає змогу збільшити прибуток підприємств та підвищити рентабельність їх діяльності.

Таким чином, основними задачами управління рухом основних фондів є підвищення рівня обслуговування, скорочення витрат, забезпечення зростання товарообороту підприємства, а також рівня рентабельності його діяльності, покращення умов зберігання товарів та забезпечення раціонального товароруку, збільшення прибутковості власного капіталу підприємства.

Література:

1. Васильков В.Г. Організація виробництва : Навч. посібник. – К. : КНЕУ, 2017 – 524 с.
2. Грещак М.Г., Гребешкова О.М., Коцюба О.С. Внутрішній економічний механізм підприємства : Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2016 – 228 с.
3. Економіка підприємства. Підручник в 2х томах / Під ред. С.Ф.Покропивного К.: КНЕУ, 2000 – 528 с.
4. Управління виробничою інфраструктурою /За ред. М.А.Белова – К.:КНЕУ, 2016 – 208 с.

SOME ASPECTS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF WINE FARMING ENTERPRISES

*G. Zadorozhko, Ph.D., Ass. Prof.,
Nkoy Imomo Berlin*

Odessa National Polytechnic University, Odessa

According to the adopted classification, the following types of competitiveness are distinguished: products, enterprises, industry and country. The concept of competitiveness of enterprises and industry is of practical interest, as interrelated and interdependent factors of influence on the results of wine – and – wine production. This largely determines the theoretical and methodological foundations and methodology for researching the topic and determining the concepts of the competitiveness of wine –growing enterprises and the organizational and economic mechanism for raising it.

In the scientific literature, the reasons for the low competitiveness of the wine – growing and winemaking enterprises are not sufficiently disclosed. These reasons include: energy intensity of domestic wine and wine products due to depreciation of fixed assets and obsolete technologies; Inadequate domestic demand, which limits the use of existing production capacities, as a result of which the costs of the wine – growing and winemaking enterprises are increased per unit of output; increase in production costs.

More than half of the material costs in the cost of wine are taken directly by wine materials, sugar, alcohol, yeast and other products of wine production. As directions to reduce the cost of production, it suggests using the right selection of varieties, rational use of chemical plant protection products, improve the level of mechanization of production processes, as well as increase the production of high – quality products [1].

The ill – considered regulation of the agrarian markets, the ineffective price support of agriculture, the orientation towards the average indices in the industry, the need to update the basic means of production, in particular agricultural machinery, may lead in the coming years to the existing growth in the cost of agricultural products, which will entail a decrease in its competitiveness, , and in domestic markets [2].

From the above, it can be seen that internal reserves for increasing the level of competitiveness of producers of wine and wine products should be considered: increasing labor productivity (while reducing the level of production costs); reduction of the prime cost of raw materials due to wider use of production and export potential of wine – growing and winemaking enterprises.

To ensure the gradual development of domestic producers in the wine – growing and wine market, it is expedient to focus research on the development of: qualitatively new methods for reaching the maximum number of market segments; mechanism of support of domestic producers of products in modern market conditions of management; conceptual and methodological approaches to improve tax and antimonopoly legislation; a set of measures to improve the existing infrastructure of the wine products market.

In connection with the transition of Ukraine to a market economy, the external conditions of the wine – and – wine production activity have fundamentally changed. This led to a significant transformation of the production relations system: the performance of the industry deteriorated significantly, the varietal composition of the plantations changed, the grape cultivation technologies were grossly violated, the directions of using the harvested crops were not observed, the volumes of processing and production of wine products were declining, and the market for counterfeit wine products reached an alarming scale and did not is subject to government regulation.

As you know, each type of product determines a certain type of formation and functioning of the market. Taking into account the peculiarities, the market of wine production can be considered as a combination of economic relations ensuring the effective functioning of the producers of grapes, wine materials and wine, which determine the competitiveness of these products in the market.

The whole complex of factors will influence the peculiarities of the functioning of the wine – growing and winemaking enterprises. First of all, this is the country's economic policy; harmonization of domestic standards and rules for assessing the quality of wine products with international ones; creation of information base of exporters and importers of wine products; the state of the financial system of the country; foreign economic strategy of the country; scientific and technical potential of wine production; cost of resources; geographical, political and economic situation of the region, etc.

As is known, for a full –fledged functioning of the viticulture and winemaking market, it is necessary to create a powerful infrastructure that constantly responds to the smallest fluctuations in demand and supply, to which it constantly adapts, and its development ensures the functioning of this market.

The development of viticulture and winemaking is impossible without market infrastructure, so this problem is one of the most urgent. To solve this problem, in our opinion, it is necessary to apply concrete measures, that is, to conduct a reasonable policy for the development of the industry, to develop an appropriate legal framework.

Only increased attention to each of the components of the market infrastructure of the wine and wine market can ensure the implementation of market mechanisms in the whole wine – making industry. At the same time, it should be remembered that the formation of each of the market – making infrastructure of the wine –growing and wine market is a necessary, but insufficient, condition for performing its functions. It is equally important to ensure their harmonic interaction. And it, in turn, is possible only under condition of the conjugate development of all its components.

An important role in the development of the wine market can be made by investing in infrastructure, which may mean the beginning of the revival of the economic cycle. Also, in priority, the market infrastructure should be based on the legal framework that must be created by the government, taking into account the experience of other countries.

At the same time, the lack of elaboration of the problem of the market infrastructure of the wine and wine market in economic science creates considerable difficulties for economic practice, since it is still deprived of a system of well –founded recommendations for creating an infrastructure that is adequate to Ukraine's conditions, taking into account both world experience and our features. Therefore, the government should consider this issue in the near future.

Practically, the previously established system for the sale of wine and wine products, which inherited the independent state, is functioning. These are, first of all, wineries' state farms –factories, wine –making enterprises, consumer cooperation, sale of wine products through stores.

We believe that the created organization will be able to address the pressing problems of the industry, among which the introduction of additional licensing of enterprises that produce wine and sells it.

The efforts of the wine –growing and wine –making enterprises of the region should be directed, on the one hand, to the preservation of traditional sales markets, and on the other hand, to a targeted search for new promising markets. This position guarantees broad opportunities for access to different regional markets, provides diversification of trade and investment.

When solving the problems of finding out the markets for wine and wine products, it is necessary to have information about sales territories, potential buyers, their solvency, competitors, intermediaries, advertising agencies, insurance companies, specialized institutions for studying public opinion. It is also necessary to have information about prices and legislative acts.

The information should correspond to the concrete wine –making production, its packaging and quality. This refers to information on the consumption of products, their volumes, types of packaging, prices of competitors, intermediaries, etc. The more information about this wine is collected, the more effectively the decision will be made to choose the markets.

In addition, wine –growing enterprises should know the position of their products on the scale of price sensitivity, so as not to lose possible profits, and high prices do not eliminate demand. To avoid this, an optimal level of prices is needed. This level, as a rule, is determined first theoretically, and then empirically by conducting trial sales or generalization of the experience of competitors in the wine and wine products market.

A significant reserve of increasing the competitiveness of wine and wine products is to improve the quality of contract work. Modern style of trade should include accompanying the supply of wine and wine products with the appropriate services of placing sales representatives on the territory of the buyer. This contributes to the sustainability of trade contracts, provides an opportunity to improve the marketing support of trade.

Creation of a specialized information system of open access is one of the most effective and widespread forms in the field of information and consulting support of wine –growing and winemaking enterprises. Similar information systems are available in many countries carrying out state support of wine products – France, Italy, Spain, etc. Information systems of this class are necessarily present in the state information space of developed countries. This system is a unique

opportunity for wine – making and winemaking enterprises to gratuitously distribute information on the proposed products, access to which will have potential foreign partners.

References:

1. Анисимова Н.Ю. Себестоимость продукции виноградарства в аграрных формированиях Крыма и пути ее снижения / Н.Ю. Анисимова // Научные труды ЮФ «КАТУ» НАУ. Экономические науки. – 2007. – № 103. – С. 183–187.
2. Караман М.М. Анализ конкурентоспособности сельскохозяйственного производства в условиях подготовки вступления в ВТО / М.М. Карман, Е.Г. Шпунтова // Наукові праці Південного філіалу «Кримський агротехнологічний університет» НАУ. – 2008. – Вип. 110. Економічні науки. – С. 18 –22.

**ВИРОБНИЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

Н. Г. Мацко, аспірант

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Сучасні умови господарювання, що характеризуються посиленням глобалізації та зростанням ролі транснаціональних корпорацій, зумовлюють прискорення морального зносу техніко –технологічної бази промислових підприємств та формування жорсткого конкурентного ринку товаровиробників. Промислові підприємства, що не використовують наявний виробничий потенціал в повному обсязі, втрачають існуючі конкурентні позиції, унеможливають свій розвиток та ризикують збанкрутіти. Стратегія інноваційно – технологічного оновлення лежить в основі адаптації підприємств промисловості до трансформаційних процесів світового та національного ринків.

Дослідженню проблем формування та використання виробничого потенціалу підприємства присвячено праці багатьох вчених –економістів, зокрема: Л. І. Гладкої, С. О. Іщук, Н. В. Касьянкової, О. В. Кривончак, П. Г. Перерви, Й. М. Петровича, Г. М. Тарасюк, Р. О. Толпежнікова та ін. Неоднозначність визначення поняття виробничого потенціалу та підходів до його управління потребують подальших досліджень. Разом з цим, питання забезпечення утримання виробничого потенціалу на необхідному рівні особливо набувають актуальності в сучасних умовах низьких інвестиційних можливостей.

До визначення виробничого потенціалу виділяють три підходи: ресурсний, структурний та цільовий. Згідно ресурсного підходу виробничий потенціал – це сукупність виробничих ресурсів, зокрема: природних, матеріально – технічних, нематеріальних, трудових, інформаційних та фінансових. Структурний підхід передбачає раціональну структуру складових виробничого потенціалу: техніко – технологічної, інжинірингової, менеджменту та ресурсної складової (капітальні, трудові, матеріально – сировинні ресурси). В основі цільового підходу лежить відповідність наявного виробничого потенціалу стратегічним цілям промислового підприємства.

Основною передумовою формування виробничого потенціалу підприємств є конструктивно – технологічні особливості виробів та послуг, а також прогнозовані можливості їх збуту на найближчу перспективу, які обґрунтовані на основі проведених маркетингових досліджень. Такі концептуальні засади мають стати основним підґрунтям формування виробничого потенціалу підприємств та його розвитку[1, с.195].

Рівень виробничого потенціалу в значній мірі залежить від орієнтації підприємств промисловості на досягнення науково –технічного прогресу. Інноваційна основа формування техніко – технологічної бази підприємства забезпечить можливість виготовлення продукції необхідної якості та технічних характеристик, що забезпечує закріплення та підвищення конкурентних позицій підприємства.

Реалізація стратегії інноваційного оновлення матеріально – технічної бази виробництва вимагає кваліфікованого вибору стратегічних пріоритетів і вироблення ефективного механізму їх здійснення. Основними напрямками стратегії можуть бути оцінка техніко – технологічних потреб виробництва, визначення ефективних ринкових ніш, технологічного рівня, перспективної конкурентоспроможності інноваційних продуктів і засобів виробництва; наявність вітчизняних наукових розробок, винаходів; рівень соціально – економічної ефективності інноваційних продуктів і технологій [2, с. 99].

Важливе значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ряду з розвитком виробничого потенціалу має його інвестиційне забезпечення. Це зумовлює необхідність обґрунтування інноваційно – інвестиційної стратегії з метою пошуку фінансових ресурсів. У зв'язку з цим управління розвитком виробничого потенціалу необхідно проводити в ув'язці із розробленою стратегією промислового підприємства та оцінкою відповідності рівня потенціалу розробленій стратегії.

До основних принципів стратегічного управління, що лежать в основі управління конкурентоспроможним розвитком підприємства слід відносити:

1. цілеспрямованість;
2. безперервність;
3. теоретико – методологічну обґрунтованість форм і методів управління;
4. системний комплексний підхід;
5. наявність необхідної послідовності етапів; циклічність, гнучку адекватність до змін;
6. динамізм та результативність [3, с. 162].

Потенціал конкурентоспроможності підприємства має внутрішню структуру, за якою можна виділити існуючий, використовуваний, зарезервований, надлишковий та потенціал розвитку. За цим переліком використовуваний (або задіяний) потенціал за змістом найбільш відповідає традиційному терміну «конкурентоспроможність підприємства». Конкурентоспроможність потенціалу підприємства слід розглядати як його здатність ефективніше за інших суб'єктів ринку використовувати сукупність ресурсів, спрямовуючи її на найбільш повне задоволення потреб споживачів, зменшення витрат, оптимізацію власних економічних вигод [4, с. 118]

Орієнтація підприємств промисловості на інноваційний тип розвитку забезпечить використання та нарощування виробничого потенціалу. Результати процесу розвитку проявляються у підвищенні рівня якості основних засобів, кваліфікації трудових ресурсів, інтелектуальної власності промислового підприємства. Що, в свою чергу, забезпечує зниження собівартості виробництва, зростання доданої вартості продукції, підвищення якості та розширення асортименту продукції, зростання енергоефективності виробництва.

Отже, з огляду на вищесказане, можна стверджувати, що виробничий потенціал підприємства має прямий вплив на його конкурентоспроможність. В умовах низьких інвестиційних можливостей промисловості важливе значення має обґрунтоване управління виробничим потенціалом. Рівень задіяного потенціалу відображає рівень конкурентоспроможності, що відображається на результатах діяльності підприємства промисловості.

Література:

1. Петрович Й. М. Основні чинники підвищення конкурентоспроможності виробничого потенціалу промислових підприємств / Й. М. Петрович // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : збірник наукових праць. – 2015. – № 835. – С. 193–197.
2. Дмитрук, О. Я. Технічне оновлення як складова розширеного відтворення підприємств машинобудівного комплексу в умовах інтеграції / О. Я. Дмитрук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 2, т. 1. – С. 97 – 100.
3. Побережна Н. М. Формування алгоритму оцінки виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / Н. М. Побережна. // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – №1. – С. 161–165.
4. Кулінічев П. К. Компоненти системи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства / П. К. Кулінічев. // Сталий розвиток економіки. – 2013. – №5. – С. 117–124.

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ РУХУ ТА ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПРИКЛАДІ ПУБЛІЧНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА "ХАРКІВСЬКИЙ ТРАКТОРНИЙ ЗАВОД ІМ. С.ОРДЖОНІКІДЗЕ"

В.О. Мачука

Науковий керівник: О.М. Гайдаєнкою, к.е.н., доцент

Одеський Національний економічний університет, м.Одеса

Таблиця 1 – Аналіз руху основних засобів

Показники	Усього основних засобів	в тому числі		
		будинки, споруди та передавальні пристрої	машини та обладнання	транспортні засоби
Наявність на початок року, тис.грн				
минулий	803 345	380 185	400 259	1989
звітний	818 240	365 301	427 862	18 383
Надійшло за рік, тис.грн				
минулий	10 036	-	4 631	5 405
звітний	15 652	-	3 691	11 961
Вибуло за рік, тис.грн				
минулий	2 367	-	1 367	1 000
звітний	2 159	-	931	1 228
Наявність на кінець року, тис.грн				
минулий	811 014	380 185	403 523	6 394
звітний	831 733	365 301	430 622	29 116
Коефіцієнт вводу, %				
минулий	1,24	-	1,15	84,53
звітний	1,88	-	0,86	41,08
Коефіцієнт вибуття, %				
минулий	0,29	-	0,34	50,28
звітний	0,26	-	0,22	6,68
Коефіцієнт заміни,%				
минулий	23,59	-	29,52	18,50
звітний	13,79	-	25,22	10,27
Коефіцієнт розширення,%				
минулий	76,41	-	70,48	81,50
звітний	86,21	-	74,78	89,73
Коефіцієнт приросту,%				
минулий	0,95	-	0,82	221,47
звітний	1,65	-	0,65	58,39

Дані таблиці свідчать, що характерною ознакою руху основних засобів є значне випередження коефіцієнту вводу над вибуттям в цілому по основним засобам і окремим групам: так, у звітному році коефіцієнт вводу склав 1,88%, а коефіцієнт вибуття 0,26 %, відповідно коефіцієнт заміни і розширення 13,79 % і 86,21 %. Також тенденція відстежується по машинам і обладнанню та транспортним засобам. По групі «Будівлі, споруди та передавальні пристрої» рух не відбувся. Таким чином, тенденції, що склалися, у значній мірі впливають на майбутній стан виробничого потенціалу і конкурентоспроможності продукції підприємства [2, с.137].

Секція 3. Вплив потенціалу промислового підприємства на його конкурентоспроможність

За оцінкою експертів для того, щоб підприємство було на рівнісучасних вимог, воно повинно на протязі п'яти років повністю оновитиобладнання, що рівнозначно 20 % нормі відрахувань на амортизацію.

Установимо достатність рівня вибуття основних фондів дляпідтримання середнього строку експлуатації на нормативному рівні.

Таблиця 2 – Аналіз рівня вибуття основних виробничих засобів у звітному році

Види основних фондів	Нарахована амортизація, тис. грн	середьорічна первісна вартість, тис. грн	норматив вибуття, %	коефіцієнт вибуття, %	відхилення від нормативу, процентні пункти
основні виробничі засоби у т.ч.	86694	867944	9,99	0,26	- 9,73
машини та обладнання	43502	496211	8,77	0,22	- 8,55
транспортні засоби	43192	371733	11,62	6,68	- 4,94

Результати розрахунків, що наведені у таблиці 2 показують, щодосягли оптимального рівня вибуття лише транспортні засоби, алефактичний рівень вибуття нижчий за нормативний на 4,94 процентнихпунктів. А коефіцієнт вибуття машин та обладнання нижче за нормативний, це означає, що знос, який списується менший за нарахований, що веде до підвищення рівня їх зносу.

Аналіз якісного (технічного) стану основних засобів починають звизначення рівня їх фізичного зносу. Для цього використовують коефіцієнтизносу та придатності.

Таблиця 3 – Аналіз технічного стану основних засобів

Показники	усього вартість основних засобів	у тому числі			
		будівлі, споруди та передавальні	машини та обладнання	транспортні засоби	інші основні засоби
1. Первісна вартість на початок року, тис. грн					
минулий	803 345	380 185	400 259	1989	157
звітний	818 240	365 301	427 862	18 383	151
2. Первісна вартість на кінець року, тис. грн.					
минулий	811 014	380185	403523	6394	157
звітний	831 733	365301	430622	29116	151
3. Сума зносу, тис. грн					
минулий					
на початок	44776	14823	28632	1204	117
на кінець	45239	14124	29874	1107	134
звітний					
на початок	45239	14124	29874	1107	134
на кінець	47893	17040	29713	1030	110
4. Коефіцієнт зносу, %					
минулий					
на початок	5,57	3,90	7,15	60,53	74,52
на кінець	5,53	3,87	6,98	6,02	88,74
Звітний					
на початок	5,53	3,87	6,98	6,02	88,74
на кінець	5,76	4,66	6,90	3,54	72,85
5. Коефіцієнт придатності, %					
минулий					
на початок	94,43	96,10	92,85	39,47	25,48
на кінець	94,47	96,13	93,02	93,98	11,26
Звітний					
на початок	94,47	96,13	93,02	93,98	11,26
на кінець	94,24	95,34	93,10	96,46	27,15

Найбільший рівень зношеності (табл.3) спостерігається у групі „ Транспортні засоби”, по якій погіршення технічного стану у попередньому році (коефіцієнт зносу з 6,53%) змінюється покращенням у звітному році (зменшення з 6,02 % до 3,54 %). По групі „Машини та обладнання” спостерігаються незначні зміни : покращення їх технічного стану у попередньому році (зменшення рівня зношеності з 7,15% до 6,98 %) та у звітному році зменшення до 6,9%. А по групі «Будівлі, споруди та передавальні пристрої» спостерігається покращення технічного стану у попередньому році, а у звітному погіршення (ріст коефіцієнту зносу з 3,87% до 4,66%).

Література:

1. Фінансова звітність підприємств: ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе» // [Електроннийресурс]. – Режимдоступу: <https://smida.gov.ua/db/emitent/report/year/xml/show/106449>
2. Організація та методика економічного аналізу: Навчальний посібник для бакалаврів всіх напрямків підготовки. – Одеса, ОДЕУ. – 2010 – 351 с.

СИСТЕМА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Л.А. Некрасова, к.е.н., доцент
І.О. Кулькіна*

Одеський національний політехнічний університет

В сучасних ринкових умовах головною метою діяльності підприємства є досягнення конкурентних переваг в довгостроковому періоді, які нададуть високу норму прибутку та стабільне економічне зростання. З приводу забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства актуальним стає утримання наявних ринкових позицій та пошук нових можливостей, що сприятиме розширенню ринків збуту та зростанню економічної ефективності.

В зарубіжній економічній літературі існує цілий ряд концепцій, які обґрунтовують конкурентні стратегії підприємства, характеризують чинники, які знаходяться в основі формування стійкої конкурентної позиції підприємства на ринку, визначають методи, інструменти, механізми, за допомогою яких підприємства досягають конкурентних переваг на ринку [1, с. 42].

Факторами конкурентоспроможності є ті чи інші причини (суттєві обставини), що частково впливають на рівень та характер конкурентоспроможності підприємства, або ж повністю визначають його [2, с.331]. В. О. Артеменко відмічає, що формування конкурентоспроможності підприємства базується на можливостях підприємства протистояти впливу чинників і елементів зовнішнього середовища [3, с.111]. На думку автора істотним завданням при формуванні конкурентоспроможності є вивчення чинників, що найбільшою мірою впливають на підприємство, його діяльність і продукцію, усе те, на що звертає увагу суспільство. У сукупності чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємства та обумовлюють зміни на підприємстві, можна виділити кілька груп (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні групи елементів і чинників зовнішнього середовища, що мають вплив на конкурентоспроможність підприємств [3, с. 111 –112]

Елементи зовнішнього середовища	Чинники, що сприяють розвитку конкурентоспроможності	Чинники, що стримують конкурентоспроможність
Державне регулювання економіки	підтримка інноваційних процесів; наявність стандартів на продукцію; державний контроль за доброякісністю і безпекою продукції; закони про охорону власності, реєстрація ТМ	митні обмеження по імпорту продукції; регулювання ціноутворення; ліцензування видів діяльності
Ресурсний потенціал	забезпеченість економіки власними природними ресурсами	рівень негативного екологічного навантаження
Трудові ресурси	освітній рівень населення; чисельність населення; високий рівень заробітної плати	вікова структура населення; вартість робочої сили; рівень завантаження трудових ресурсів; міграція робочої сили
Ринкова інфраструктура	високий технічний рівень інформаційних комунікацій; розгалуженість і насиченість транспорту; стан банківського і страхового обслуговування та ін.	рівень розвитку спеціалізованих посередницьких організацій; наявність фінансових організацій
Виробнича база	вартість основних виробничих фондів; обсяг капіталовкладень в оновлення основного капіталу	рівень зносу основних фондів; питома вага активної частини основних фондів

Треба зазначити, що фактори конкурентоспроможності підприємства діють не ізольовано, кожен сам по собі, а системно, що посилює наслідки впливу кожного окремого фактору. М. Портер підкреслює, що конкурентна перевага зростає з усієї системи видів діяльності; вдалий добір видів діяльності забезпечує низький рівень витрат і посилює диференціацію. Крім того, конкурентна цінність певного виду діяльності чи пов'язаних з ним навичок, компетенцій та ресурсів є невід'ємною від усієї системи чи стратегії [4, с.93].

Дані табл. 1 дають підставу стверджувати, що В. О. Артеменко виділяє дві групи факторів: які позитивно впливають на рівень конкурентоспроможності та ті, які стримують конкурентоспроможність. Проте автор усі фактори, які входять в ці дві групи відносить до зовнішніх факторів і акцентує увагу на внутрішніх факторах.

Слід відмітити, що переважна більшість вчених здійснює поділ таких факторів саме за критерієм середовища – на фактори внутрішнього та зовнішнього середовища (рис.1).

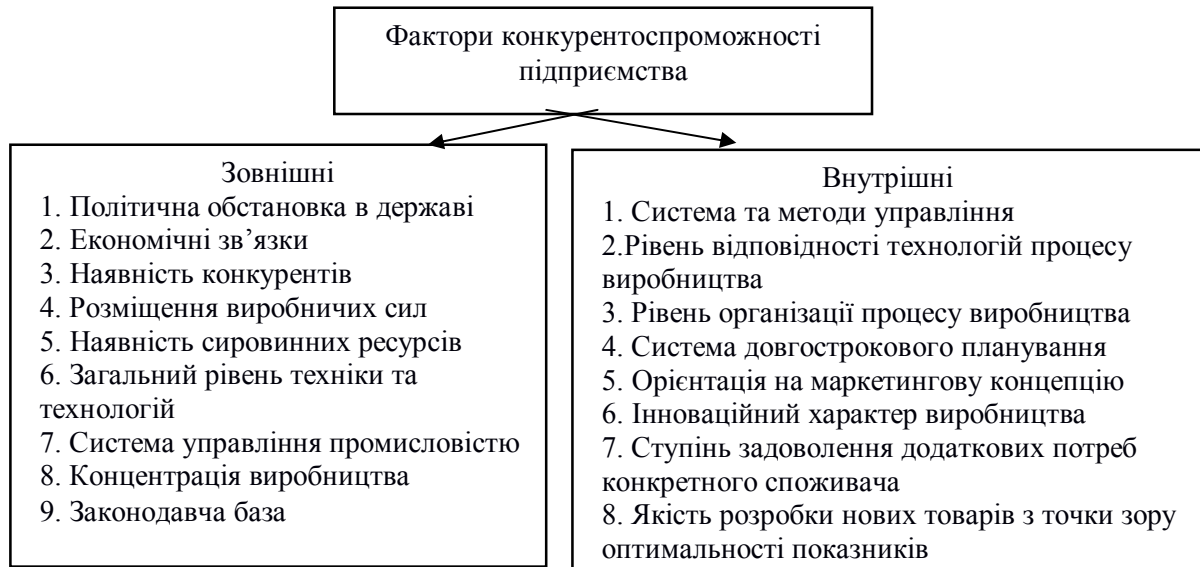


Рис. 1 – Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства [5, с. 43]

Необхідно підкреслити, що ця класифікація має узагальнюючий характер і не дозволяє виокремити фактори конкурентоспроможності, що є специфічними для підприємств окремої галузі.

Підводячи підсумки, слід відмітити, що підприємству доцільно зосередитися на внутрішніх факторах конкурентоспроможності, на які воно має безпосередній вплив; але поряд з цим, з метою подальшої розробки ефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності, необхідно також правильно ідентифікувати існуючі зовнішні фактори та визначити шляхи вчасного реагування на результати їхнього впливу на поточний рівень конкурентоспроможності підприємства (тобто зайняти попереджальну, вичікувальну або оборонну позицію).

Література:

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А.П. Челенков – М.: ОАО «Типография «Новости», 2007. – 256 с.
2. Клименко С.М. Управление конкурентоспособностью предприятия: навч. посіб. / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
3. Артеменко В. О. Структура чинників впливу на конкурентоспроможність підприємств АПК / В. О. Артеменко, С.І.Мельник // Управління проектами та розвиток виробництва.? 2010. – № 4.– С. 110 –116.
4. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; пер. с англ. И. М инервин. – М.: Букс, 2009. – 454 с.
5. Кадирус І.Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають / І.Г. Кадирус // Ефективна економіка. – 2014. – №5. – С. 40 –46.

ШЛЯХИ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

*Свірідова С.С., к.е.н., доцент
А. Гіренко*

Одесский национальный политехнический университет, м. Одеса

У ринковій економіці конкурентоспроможність підприємства залежить від величини його економічного потенціалу. Побудувати прості, але ефективні, адаптовані до конкретних умов розвитку, виробничі відносини та розробити механізми управління підприємством стає можливим лише при розгорнутому, всебічному, комплексному та системному дослідженні такої категорії, як потенціал підприємства, його структурних елементів та характеру. В даний час аналіз складових потенціалу майже не застосовується в управлінні, через недооцінку його впливу та значущості на результати діяльності підприємства.

Виробничий потенціал треба сприймати як сукупність ресурсів, що функціонують і здатні виробляти певний обсяг продукції. Тому виробничий потенціал є поліструктурною системою. До його складу входять наступні елементи (табл. 1)

Таблиця 1 – Структура виробничого потенціалу

Елементи	Характеристика
Потенціал землі та природно-кліматичні умови	Можливості підприємства використовувати сукупні природні багатства у господарській діяльності.
Фондовий потенціал	Наявні та скриті можливості основних фондів, які формують техніко-технологічний базис виробничої потужності підприємства.
Потенціал оборотних фондів	Це частина виробничого капіталу підприємства у вигляді певної сукупності предметів праці (сировини, конструкційних матеріалів, палива, енергії та різних допоміжних матеріалів), які перебувають у виробничих запасах, незавершеному виробництві, напівфабрикатах власного виготовлення і витратах майбутніх періодів.
Потенціал нематеріальних активів	Сукупність можливостей підприємства використовувати права на нові чи наявні продукти інтелектуальної праці в господарському процесі з метою реалізації корпоративних інтересів на засаді задоволення суспільних потреб.
Потенціал технологічного персоналу	Здатність робітників і виробляти різні продукти, надавати послуги чи виконувати роботи.

Досвід провідних світових економічних систем підкреслює значущість дослідження системоутворюючих засад формування і використання потенціалу в усіх його формах та проявах.

Сучасний економічний розвиток свідчить про необхідність використання нових теоретичних підходів, прикладного інструментарію, які уможливають ефективне подолання складними соціально – економічними системами господарювання різних рівнів невизначеності динамічного ринкового середовища та дають змогу своєчасно адаптуватися до нього.

Для ефективного функціонування і забезпечення конкурентоспроможності підприємств та інших суб'єктів господарювання необхідно якісно розвивати матеріально – технічні, структурно – функціональні, соціально – трудові та інші елементи потенціалу. Це зумовлює виключну увагу керівників підприємницьких структур до ефективного управління

технологічними й організаційними змінами, а особливо до алгоритмів визначення та використання їхніх потенційних соціально – економічних можливостей.

Легка промисловість України охоплює багато напрямків: текстильну, трикотажну, швейну, шкіряну, взуттєву, хутрову та інші галузі, підприємства розміщені у містах орієнтовані переважно на споживача, наявність сировини та трудових ресурсів.

Галузь складається з 17 підгалузей, не зважаючи на широту галузь має виробничий потенціал, здатний виробляти широкий спектр товарів широкого вживання і промислового призначення, який здатен задовольнити увесь попит внутрішнього ринку. Легка промисловість України – це одна з найбільш соціально значущих галузей промисловості, яка може надати велику кількість робочих місць для населення. Легка промисловість України могла б вирішити проблему зайнятості населення, проте чітко простежується тенденція спаду кількості осіб, працюючих в даній сфері. Якщо на початку 90 –х років зайнятість становила 750 тис. осіб, то в 2015 році цей показник скоротився майже у 8 разів. Це пояснюється загальним кризовим становищем галузі. Дешеві низькоякісні імпортні товари, низька конкурентоздатність, проблеми кредитування галузі, скорочення споживчого попиту, система оподаткування – все це призвело до занепаду галузі в Україні, а як наслідок і до скорочення зайнятості в легкій промисловості України [1].

На внутрішньому ринку країни склалася негативна ситуація. Її практично заповнила продукція нелегального виробництва, яка ввезена на територію держави не дотримуючись законів, без сплати мита, зборів, або ще гірше – контрабанда з країн з дешевою робочою силою та знецінені товари, що були у вжитку.

На сучасному етапі в Україні існує перелік проблем розвитку та збільшення конкурентоспроможності потенціалу потенціалу легкої промисловості. Найбільші можна виділити такі:

- переповнення внутрішнього ринку імпортними товарами із заниженою митною вартістю, товарами групи «секонд –хенд»;
- відсутність сприятливих умов для закупівлі високоякісного обладнання, яке не виробляється в Україні;
- низький рівень інвестицій у легку промисловість України, як з боку іноземних інвесторів, так і з боку держави. [2].

У галузі легкої промисловості на території України функціонує понад 10 тис. підприємств, з них у текстильній промисловості – близько 2,5 тис., з виробництва готового одягу і хутра – близько 6 тис., шкіри і шкіряного взуття – близько 1,5 тис. Практично всі підприємства легкої промисловості знаходяться під контролем підприємців у приватизованій власності, а ті, що належать державі, становлять менше 1%.

Тому важливе значення має встановлення чіткої послідовності аналізу та розробки дій з підвищення конкурентоздатності потенціалу суб'єктів господарювання. Основні складові включають:

1. аналіз ресурсних можливостей підприємства;
2. оцінка ступеня використання потенціалу;
3. визначення вузьких місць суб'єкта господарювання;
4. встановлення резервів і факторів підвищення ефективності його діяльності.

Література:

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Максименко І. О. Легка промисловість України: сучасний стан та перспективи розвитку / І. О. Максименко, В. І. Бокій // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Т.І. Черкасова, к.е.н., професор
Н.О. Стоянова*

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Необхідність забезпечення конкурентоспроможності українських аграрних підприємств в сучасних економічних умовах зростає, що пов'язане зі зростанням рівня конкуренції на ринку сільськогосподарських продуктів у зв'язку із посиленням глобалізаційних тенденцій, зростанням вимог до якості продукції, розширенням асортименту сільськогосподарської продукції тощо. Все це прямо впливає на здатність аграрного підприємства ефективно функціонувати на ринку та формувати потенціал економічного розвитку.

Метою роботи є визначення чинників впливу на рівень конкурентоспроможності аграрного підприємства та їх зв'язок з формуванням потенціалу економічного розвитку.

Для забезпечення свого подальшого розвитку, як стратегічного завдання, сільськогосподарські підприємства повинні мати відповідний рівень конкурентоспроможності. На наш погляд, конкурентоспроможність аграрних підприємств – це не тільки формування та ефективне використання їх потенціалу економічного розвитку, а також здатність підприємства швидко реагувати на зміни потреб споживачів, здатність до відповіді на нововведення конкурентів, впровадження нових технологій та здатність до пошуку та залучення інвесторів.

Особливості забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, пов'язані зі специфікою сільського господарства та потребують урахування: наявності конкуренції за використання земельних ресурсів; значної кількості підприємств в галузі та їх різноманітності; наявності ознак природної монополістичної конкуренції; природи сільськогосподарської продукції, яка може використовуватися як кінцевий продукт споживання та сировина для подальшої переробки, тобто діяти одночасно на декількох товарних ринках.

Чинники конкурентоспроможності підприємств прийнято поділяти на зовнішні та внутрішні. Зовнішні чинники – соціально – економічні й організаційні відносини, що сприяють створенню конкурентоспроможної продукції та забезпечують ринкову стійкість підприємства. До зовнішніх факторів відносять тип підприємства та кон'юнктуру ринку; наявність і можливості конкурентів; забезпеченість трудовими ресурсами, їх склад і структуру; податкову політику; фінансово – кредитну політику; державну систему стандартизації у означеній сфері діяльності; рівень правового захисту інтересів споживачів.

Внутрішні чинники – це об'єктивні характеристики можливостей підприємства із забезпечення власної конкурентоспроможності[2], до яких відносять:

- інноваційний потенціал;
- виробничий та фінансово – економічний потенціал;
- імідж фірми, як результат формування її ринкового потенціалу;
- рівень матеріально – технічного обслуговування;
- конкурентоспроможність продукції та послуг за критерієм «ціна – якість» та інші.

Реалізація перерахованих якостей в тривалому часовому інтервалі створює підприємству реальні переваги над конкурентами у вигляді зростання його ринкової вартості, зміцнення його торговельних марок, забезпечення стійкості по відношенню до несприятливих впливів зовнішнього середовища, включаючи дії конкурентів.

Окремі сільськогосподарські підприємства мають різний рівень економічного потенціалу, реалізують різні стратегії та на їх функціонування впливає специфіка діяльності аграрних підприємств. При цьому одні і ті ж чинники для різних підприємств можуть мати різний рівень керованості, тобто підприємство по – різному здатне впливати на них.

До керованих факторів конкурентоспроможності аграрних підприємств слід віднести:

- характер та інтенсивність використання природних ресурсів;
- площі сільськогосподарських угідь, забезпечення відновлення ґрунтів;
- рівень матеріально – технічного та техніко – технологічного забезпечення;
- фінансовий потенціал підприємства, використання банківських програм кредитування аграрних підприємств;
- кваліфікованість та використання персоналу підприємства;

- розробка ефективної стратегії розвитку аграрного підприємства та її деталізація у розрізі перших трьох маркетингових років, моніторинг результатів;
- ступінь вертикальної інтеграції та рівень диверсифікації сільськогосподарського виробництва, вирішення питання зростання рівня доданої вартості продукції.

Некеровані фактори конкурентоспроможності аграрних підприємств включають:

- природно – кліматичні умови, якість сільськогосподарських угідь, умови та строк збереження окремих видів продукції;
- екологічні умови виробництва та відповідність рівня якості продукції аграрних підприємств вимогам ЄС;
- соціально – економічні, демографічні умови;
- поява новітніх технологій та їх впровадження, використання винаходів;
- зміни у ресурсному забезпеченні підприємства;
- кон'юнктура та інфраструктура ринку;
- політична, адміністративна, криміногенна ситуація.

Здобуття конкурентної переваги залежить від того, наскільки ефективно використовують в управлінні розвитком підприємства визначені чинники і як їх ураховують для цілеспрямованого нарощення потенціалу розвитку аграрного підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства це ключове поняття, яке формується як результат його діяльності. Саме тому підприємство повинно систематично накопичувати й аналізувати інформацію про тенденції розвитку конкурентного середовища, діяльність конкурентів та інновації у сфері виробництва та маркетингу, про результати функціонування підприємства і, як результат, зміну конкурентної позиції самого підприємства.

Особливості забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств у даний час вимагають подальшого дослідження, тому що змінюється зовнішнє середовище більшості українських аграрних підприємств, що пов'язано із зростанням обсягів їх експортних поставок.

Це потребує урахування змін трендів розвитку світових ринків окремих видів сільськогосподарської продукції, що пов'язано з нарощенням маркетингової складової потенціалу підприємства; впровадження екологічно чистих технологій виробництва та підвищення доданої вартості продукції – техніко – технологічної та інноваційної складової; підвищення рівня фінансування – інвестиційна та фінансові складові.

Досягнення високого рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств забезпечить підвищення соціально – економічного рівня країни. Головне – вибір та впровадження таких організаційно – правових форм господарювання, які б давали можливість інтенсивно та ефективно використовувати ресурсний потенціал підприємства, реалізовувати стратегію його інноваційного розвитку, впроваджувати управлінські «ноу – хау» кращих аграрних підприємств у практичну діяльність інших.

Література:

1. Ільїн В.Ю. Глобалізація та її вплив на конкурентоздатність підприємств аграрного сектору економіки України : [монографія] / В.Ю. Ільїн – Луганськ : Ноулідж, 2014. – 436 с.
2. Гапанович О. С. Фактори конкурентоспроможності підприємства / О. С. Гапанович // Управління розвитком. – 2012. – №2. – С. 39 –40

WAYS OF SUPPLEMENTATION LABOR PRODUCTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Chukurna Olena, PhD Economics sciences

Odessa National Polytechnic University, Odessa

One of the main indicators of the efficiency of industrial enterprises is the ratio of growth rates of productivity and wages. In economic theory it is considered axiom that the growth rate of labour productivity should outstrip the growth of wages. Despite this, in Ukrainian practice this condition is not always followed, which is confirmed by following estimations (Fig. 1).

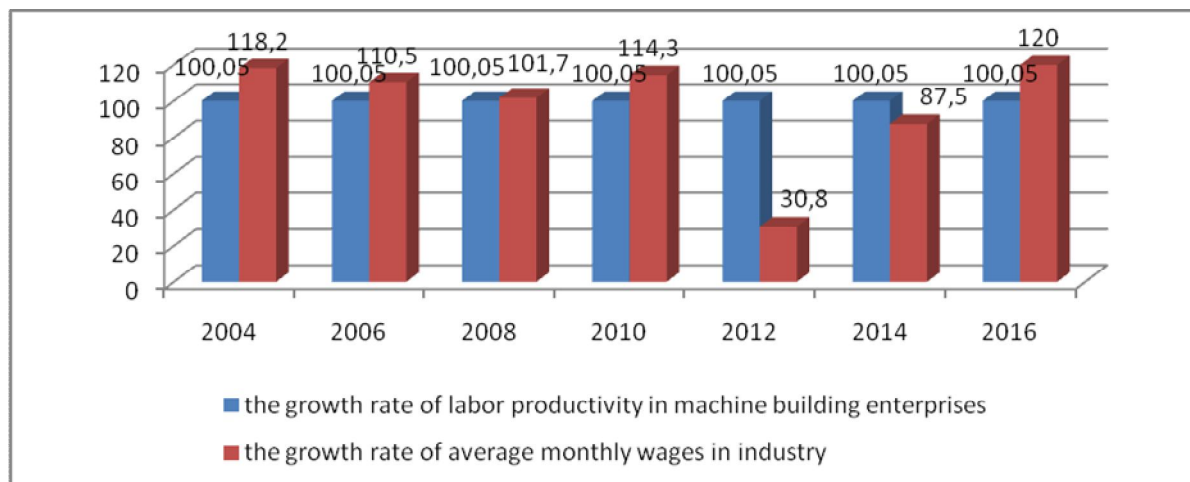


Fig. 1. The ratio of growth rates of labour productivity and wages in Ukrainian industry [1]

The results of the analysis of patenting and the use of industrial property objects in Ukraine for 2008 –2016 also indicate, that during this period the number of applications for the protection of inventions, utility models, industrial designs, trademarks, technologies of integrated circuits and plant varieties; in general, the activity on creation, use and commercial realization of scientific and technical products, became more active.

The third main factor influencing the rate of labour productivity is the growth of the skills of workers.

Based upon the information presented in Fig. 1, in the Ukrainian industry there are no real reserves at all for the increase in the average monthly wage. During 2004 – 2016, the labour productivity shows a downward trend, with the exception for several years. Taking into account that this data is rather relative than absolute, these few years do not affect the general trend in the industry.

Among the ways of increasing labour productivity in machine building of mining industry should be the following:

1. Improvement of the organization of production and labour due to the formation of labour force with newest qualification; increase in productivity standards; reduction in the number of employees; prevention of personnel turnover; simplification of the management structure; mechanization of accounting and computing work; change of working period; increase in the level of production specialization.

2. Transformation of the factors of the macroeconomic environment of the enterprise, especially in the field of ecology. It is necessary to respect European experience in constructing environmental law in mining and machine –building enterprises in mining industry. It is necessary to take into account modern requirements regarding the environmental component of industry functioning and take it into account while calculating labour productivity in the industry.

3. Structural transformations in the field of production, aimed at modernizing fixed assets, changing the share of production technology of certain types of products, labour complexity of the production program, increasing the weight of new products.

4. Creation and development of the necessary social infrastructure, aimed at solving financial problems, timely payment of wages, formation of a social package for employees.

5. Ensuring the competitiveness of the enterprise on the basis of determining the marginal productivity of labour.

This mechanism can be explained as follows. For example, an enterprise, while determining the required number of workers, should determine the price of labour demand, that is, the level of wages. According to the law of killing marginal productivity, the price of a product is formed depending on the value of the last marginal unit of the factor of production, which was used in its production. This approach proves the formation wages, which will be equal to the price of the marginal product. Thus, the enterprise will strive to balance the level of the marginal product and the wages of workers. This will encourage the involvement of such a number of workers, which will support this balance. The application of this theory in practice allows establishing a reasonable prices for factors of production. If an enterprise seeks to minimize costs, the cost of factors of production will be proportional to the level of their marginal productivity. It is one of the goals of pricing policy. As a result, the company will strive to equalize the value of the marginal product and wages. This mechanism justifies the price as a factor of influence on the competitiveness of the company and its products on the market. Thus, the company's management seeks to optimize all the resources needed to produce goods under the condition of reaching the level of marginal productivity.

Proceeding from the above –mentioned provisions, it is possible to offer enterprises of machine building of mining industry, the competitiveness strategies.

For market outsiders the following areas can be identified as those increasing the company's competitiveness: reviewing the underlying competitive strategies that are used; maximizing profits by setting high prices and increasing marketing costs; reducing production costs; reducing illiquid assets; combining all these methods.

A company with a weak competitive position can improve its competitiveness on the basis of work with cheap products or by using differentiation strategies via maintaining sales volumes, market share, profitability, and specific position at existing levels. It is also possible to reinvest into the business in order to obtain short –term profits.

For companies with a high level of competitiveness and a strong competitive position one could recommended the strategy of concentration on expanding its own capacities. For such enterprises it is also possible to adapt to a specific group of consumers or to create an innovative product. We recommend using a strategy of tracking the leader. In any case, whatever position the company occupied in any market environment, productivity growth is essential for its survival and competitiveness. That higher productivity has always provided and provides benefits and, finally, the victory not only for individual enterprises, their associations, industries, but also for countries.

References:

1. Derzhavna sluzhba statistiki Ukrainy (2017) [State Statistics Service of Ukraine], Available at:<http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Buleev I.P., Bruhovetskaja N.U. (2016) *Metody rozvytku ta zabezpechennja kapitalizacii promyslovyh pidprijemstv v umovah institucionalnyh zmin* [Methods of development and provision of capitalization of industrial enterprises in conditions of institutional changes], NAN Ukrainy, Istitut ekonomiki promyslovosti, Kyiv, Ukraine. Available at: http://iep.com.ua/publ/informacijni_resursi/monografiji/metodi_rozvitku_ta_zabezpechennja_kapitalizacii_promislovikh_pidpriemstv_v_umovakh_institucionalnykh_zmin_i_p_buleev_n_ju_brjuk_hovecka/3-1-0-9
3. Suharev O.S., Strizhakova E.N. (2014) *Proizvoditelnost truda v promyshlennosti: sistemnaja zadacha upravlenia* [Labor productivity in industry: the system task of management], Ekonomika I predprinimatelstvo, Moscow, Russia