

Список використаних джерел

1. Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.

Н.Г. Сікєтіна, асист. (НТУ «ХПИ», Харків)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ДОСЯГНЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Економічний розвиток України значною мірою залежить від стану промисловості, її здатності задовольняти потреби країни у промисловій продукції. На ефективність роботи промислового підприємства і відповідно його конкурентоспроможність, перш за все, впливає собівартість і критерії якості продукції. На її формування впливають технічні, технологічні, економічні та соціальні фактори, дія яких обумовлено станом зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища.

Найважливішою проблемою в управлінні промисловими підприємствами є своєчасне прийняття правильних рішень в зв'язку зі змінами в економічній ситуації. Від своєчасності та обґрунтованості прийняття рішень щодо регулювання діяльності підприємств буде залежати успішність їх подальшого функціонування [1, с. 5].

У сучасних умовах глобалізації економічних систем ситуація, яка формується в результаті інтеграційних процесів, змінює не тільки масштаби виробництва, але і конкурентні вимоги до суб'єктів господарювання. Зміни виникають як в уявленнях про характеристики товарів на ринку, так і про вимоги споживачів до них. У зв'язку з цим промислові підприємства змушені змінювати умови діяльності на ринку, формуючи нові конкурентні переваги, за допомогою яких можна досягти певного рівня економічної ефективності їхньої діяльності. Вступ України до СОТ, безумовно, став джерелом для використання конкурентних переваг вітчизняної промисловості, але й одночасно поставив її в несприятливі умови діяльності завдяки вимогам СОТ щодо переходу на міжнародні стандарти якості продукції.

Процес інтеграції національних економік в сучасних умовах створює передумови для підвищення конкурентоспроможності економіки України, що, в свою чергу, залежить від конкурентоспроможності регіонів, галузей народного господарства, підприємств. Істотним завданням сьогодення є створення відповідних

умов для ефективного функціонування підприємств у конкурентному середовищі; забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та їхньої продукції дасть можливість розвитку вітчизняної економіки та підвищення ефективності функціонування [2, с. 111] її машинобудівної галузі.

Отже, в сучасних умовах ринкових відносин України конкуренція стає стимулом для активізації зусиль учасників економічної діяльності. Однак слід зазначити, що в процесі переходу економіки України до ринкових відносин вітчизняні підприємства зіткнулися з певними проблемами у своїй діяльності, які до сих пір є не вирішеними. Проявом конкурентної переваги підприємства може бути конкурентоспроможність його продукції, досягнення певного її рівня в попередньому періоді дозволить забезпечити ефективність діяльності підприємства в перспективі.

Посилення конкуренції в ринкових умовах в значній мірі зумовило виникнення нових підходів до вивчення сучасної конкуренції на українському ринку, результатом чого стала розробка основних положень теорії конкурентоспроможності, адаптованих до умов вітчизняної економічної системи [3, с. 306] та її суб'єктів. Забезпечення економічної ефективності промисловості й вихід її з економічної кризи останніх років нерозривно пов'язані з можливістю реалізовувати вироблену продукцію за ринкових умов. Причиною недостатнього рівня економічної ефективності діяльності вітчизняних підприємств є випуск продукції, яка не завжди має необхідний (для її реалізації на певному ринку) рівень конкурентоспроможності.

У зв'язку із цим постає завдання дослідити конкурентоспроможність продукції машинобудівних підприємств і фактори, які впливають на її рівень. Як показує практика, здебільшого на підприємствах конкурентоспроможність продукції розраховують за технічними характеристиками. Інші ж фактори конкурентоспроможності продукції при її оцінці не враховуються. Такий підхід до визначення конкурентоспроможності продукції негативно позначається на точності її оцінки та забезпечення економічної ефективності діяльності машинобудівних підприємств.

Наразі у розпорядженні вітчизняних підприємств є широкий вибір методів її оцінки, але відсутній підхід щодо кількісного розрахунку конкурентоспроможності продукції із врахуванням нецінових факторів поряд із логістичними. У зв'язку із цим постає завдання дослідити конкурентоспроможність продукції підприємств і фактори, які впливають на її рівень. Як показує практика, здебільшого на підприємствах конкурентоспроможність продукції розраховують за показниками якості. Інші ж фактори конкурентоспроможності продукції при її оцінці не враховуються [2, с. 112].

Машинобудування є основою економіки будь-якої країни і грає вирішальну роль в створенні матеріально-технічної бази народного господарства. В сучасних умовах йому належить виключно важлива роль у прискоренні науково-технічного прогресу. Випускаючи засоби виробництва для різних галузей народного господарства, машинобудування забезпечує комплексну механізацію та автоматизацію виробництва [1, с. 8]. Машинобудівне підприємство являє собою такий суб'єкт ринкової економіки, який, у залежності від стану матеріального виробництва, НТП та сервісного обслуговування, забезпечує певний рівень суспільного виробництва й багатства в країні. У той же час, в процесі його взаємодії із мінливим зовнішнім, та внаслідок цього, внутрішнім середовищем, функціонування підприємства підлягає ризику впливу цього середовища. Характерною рисою сучасного етапу розвитку світової економіки є її висока динамічність та велика швидкість процесу формування ринкових відносин. Тому значна кількість вітчизняних машинобудівних підприємств за умов світової фінансової кризи виявила свою неготовність реагувати на такі зміни й впевнено адаптуватися до них у зовнішньому і внутрішньому середовищі. Впродовж останніх років змінився зміст конкурентної боротьби і перемагає той суб'єкт господарювання, чий знання дозволяють створювати конкурентні переваги, тобто виявляти потенціал будь-якої цінності, генерувати унікальні ідеї та знання, які можуть зацікавити майбутніх споживачів його продукції. Для зменшення або запобігання ризику прийняття управлінських рішень підприємства мають виявляти ті, які впливають на його діяльність, виявляти допустимий рівень ризику та способи його розрахунку [2, с. 88].

На думку автора цієї роботи конкурентоспроможність продукції включає такі складові: *якість, ціна, нецінові та логістичні фактори*. Співвідношення «ціна–якість» та його вплив на конкурентоспроможність продукції, і, відповідно на економічну ефективність діяльності машинобудівного підприємства, вже достатньо розглянуто у роботах вітчизняних та зарубіжних економістів; нецінові, пов'язані із впливом нецінових («невартісних») факторів; логістичні, пов'язані із формуванням логістичної системи, яка складається з: закупівлі матеріалів, напівфабрикатів, транспортування продукції, її складання та розподілення. Вплив логістичних факторів пов'язаний із оптимізацією діяльності підприємства у вказаних сферах.

Отже, підвищити конкурентоспроможність продукції можливо завдяки використанню додаткових сфер діяльності підприємства, які дотепер не використовувалися: забезпечення споживача продукції підприємства перед- і післяпродажними послугами та мінімізації

витрат на рух товарів. У зв'язку з цим пропонується використовувати неціновий та логістичний фактори при оцінці рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Отже, у сучасних умовах одним з вирішальних факторів розвитку підприємств та забезпечення їхньої економічної ефективності є конкурентоспроможність продукції. При цьому ефективність діяльності значною мірою залежить від ступеня врахування основних факторів, які на неї впливають, таких як нецінові та логістичні [6, с. 150]. Адаже у сучасних умовах одним з вирішальних факторів розвитку підприємств та забезпечення їхньої економічної ефективності є конкурентоспроможність продукції. При цьому ефективність діяльності значною мірою залежить від ступеня врахування основних факторів, які на неї впливають [5, с. 207].

На погляд автора цієї роботи, доцільно розраховувати комплексний показник конкурентоспроможності продукції на основі факторів: якість продукції, ціна, нецінові та логістичні фактори. Якщо в ньому врахувати всі вище перелічені критерії споживачів конкретного ринку, то він відобразить реальну конкурентоспроможність, оскільки для успішного продажу товару необхідно, щоб він з'явився на тому ринку, на якому дійсно необхідний, у потрібній кількості і в певний момент часу, щоб споживач був підготовлений до появи даного товару, а маркетингова програма була б кращою, ніж у конкурентів [2, с. 113].

Отже, у сучасних умовах одним з вирішальних факторів розвитку підприємств та забезпечення їхньої економічної ефективності є конкурентоспроможність продукції. При цьому ефективність діяльності значною мірою залежить від ступеня врахування основних факторів, які на неї впливають [2, с. 114]. Пропонований підхід забезпечить більш точну оцінку рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції за допомогою обліку витрат, пов'язаних з рухом товарів та надання додаткових послуг споживачу.

Список використаних джерел

1. Моделирование синергетических стратегий развития производственно-экономических систем / Ю. А. Клочко, Е. В. Камчатная-Степанова, Н. Г. Сикетина, И. Н. Кравцов. – ДГМА : ЗАО «Оникс», 2015. – 221 с.

2. Сикетина Н. Г. Методичне обґрунтування факторів конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс] / Н. Г. Сикетина // Економіка: реалії часу = Economics: time realities. – 2014. – № 2 (12). – С. 111–114. – Режим доступу : <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/29511>.

3. Сикетина Н. Г. Расширение состава факторов конкурентоспособности машиностроительной продукции [Електронний ресурс] / Н. Г. Сикетина // Бизнес Информ. – 2014. – № 5. – С. 306–310. – Режим доступу : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/28018/1/2014_Siketina_Rasshirenie_sostava_faktorov.pdf

4. Сикетина Н. Г. Статистичний аналіз ризиків машинобудівного підприємства [Електронний ресурс] / Н. Г. Сикетина // Економіка: реалії часу = Economics: time realities : електрон. наук. журн. – 2016. – № 6 (28). – С. 88–99. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n6.html>.

5. Сикетина Н. Г. Обґрунтування факторів конкурентоспроможності продукції / Н. Г. Сикетина // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я (MicroCAD–2014) : 22-га Міжнар. наук.-практ. конф., 21–23 травня 2014 р. : тези доп. / ред. Л. Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ. – Харків : НТУ «ХП», 2014. – Ч. 3. – С. 207.

6. Віхляєва С. І. Обґрунтування нецінового й логістичного факторів конкурентоспроможності продукції в мінливому конкурентному середовищі [Електронний ресурс] / С. І. Віхляєва, Н. Г. Сикетина // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХП», 2014. – № 65 (1107). – С. 146–151. – Режим доступу : <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/14000>.

В.М. Сіньковська, асист. (ОНПУ, Одеса)

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ПРОГРАМАХ ЛОЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ВИСОКОЇ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ

Інтенсифікація економічного розвитку неминує веде до загострення конкурентної боротьби за клієнта. Тому вже недостатньо просто інформувати споживачів про нові товари, їх властивості та ін., важливо завоювати їх позитивне ставлення, яке має трансформуватися у лояльність.

Тема лояльності споживачів на даний момент розробляється дуже активно, перш за все в рамках концепції маркетингу відносин. Ця концепція відображена в працях таких вчених як Андерсен, Варго, Кумар, Морган, Черенкова та ін.

Програми лояльності є одним з найбільш дієвих засобів створення довготривалих відносин із клієнтами. Зростання інтересу до програм лояльності в країнах пострадянського простору обумовлюється тим, що переорієнтація економіки, декілька суттєвих