

- постійний моніторинг ринку з метою забезпечення продовольчої безпеки та застосування митно-тарифних інструментів регулювання в разі виникнення загроз продовольчій безпеці;
- впровадження та контроль за виконанням програм державної фінансової допомоги;
- впровадження пільгового кредитування для малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників;
- впровадження програм інформаційної та маркетингової допомоги.

#### **Література.**

1. Бабан Т.О. Світовий досвід державного регулювання ринку зерна: уроки для України // Вісник ХНТУСГ (Екон. науки). – Харків: ХНТУСГ, 2015. Вип. 161. С. 89-96.
2. Кобута І.В. Оцінка наслідків державного регулювання експорту зерна в Україні // Економіка і прогнозування. 2011. №4. С.139-147.
3. Про зерно та ринок зерна в Україні: Закон України від 4 лип. 2002 р. № 37-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/37-15>.
4. Рунчева Н. В. Державна підтримка ефективного розвитку ринку зернової продукції // Вісник Бердянського ун-ту менеджменту і бізнесу. 2010. № 4 (12). С. 25–29.
5. Сиченко В. В., Сиченко О. О. Державна підтримка та регулювання експорту зерна з України // Вісник Донец. нац. ун-ту екон. і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Серія “Екон. науки”. 2011. № 3. С. 74–78.
6. Сікало М.В. Ринок зерна як об’єкт державного регулювання. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2017-1/doc/2/05.pdf>
7. Шибаєва Н.В. Сутність та місце регулярної політики в системі державного регулювання економіки // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». – Львів: ФОП Корпан Б.І., 2014. Т. 16. № 1 (58). Ч. 2. С. 264-271.



### **ФАКТОРИ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

***Федюкін І.О., Абрамова В.С., Онегіна О.С., Харківський національний технічний  
університет сільського господарства імені Петра Василенка***

*Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.*

Наслідком трансформаційних процесів в економіці України за останні роки стало ослаблення організаційних основ формування і ефективного управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств. Це, в свою чергу, посилює загрозу витіснення українських компаній закордонними конкурентами, не тільки на внутрішньому ринку України, але і на зовнішніх (міжнародних) ринках. Перед підприємствами, орієнтованими на міжнародні ринки, виникають проблеми формування стійких ефективних конкурентних переваг, метою яких є ефективне функціонування на міжнародному конкурентному ринку в цілому.

Розглядаючи вплив інформаційно-комунікаційних технологій, як одного з інструментів, на міжнародну конкурентоспроможність на мікроекономічному рівні, необхідно врахувати різноманітність самих технологій і, одночасно, різноманітність потреб в інформатизації компаній і державних органів. Саме ці факти і визначають актуальність даної теми.

Історичний досвід розвитку цивілізації свідчить, що рух «здорової» економічної системи, орієнтованої на критерії ефективності і здатності до саморегулювання, відбувається на основі ринкових відносин [5]. Це тісно пов'язано з розвитком конкуренції, загалом, та конкурентоспроможності підприємств, зокрема.

У теорії підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств є можливими за рахунок формування ефективних конкурентних переваг. Всі існуючі заходи щодо підвищення

ефективності конкурентних позицій вітчизняних підприємств можна розділити на дві групи - внутрішні заходи і зовнішні. Що стосується внутрішніх заходів, то слід зазначити - підприємства мають можливість розробляти і впроваджувати їх в життя самостійно, використовуючи при цьому лише власні ресурси. До таких заходів можна віднести, наприклад, фінансування науково-технічних досліджень в належному обсязі, модернізація і заміна застарілого, як морально, так і фізично, обладнання. Також особливу увагу слід приділити проведенню заходів, необхідних для впровадження міжнародної сучасної системи якості «ISO», розробці ефективного механізму оперативного реагування на будь-які звернення споживачів і постачальників, проведення агресивної політики розподілу продукції і її збуту в різних країнах і ін. До зовнішніх заходів відносять безліч чинників, проте без допомоги держави, державного регулювання або міжнародних організацій, в даний час, здійснити їх виконання неможливо. Зовнішні заходи, в першу чергу, пов'язані з діями і заходами українського уряду. Ці дії важливі як на рівні міжнародних відносин, так і у внутрішніх економічних відносинах між вітчизняними підприємствами. Внутрішні заходи українського уряду повинні стосуватися, як приклад, зниження податкового тиску і податкового навантаження підприємств - виробників продукції; захисту вітчизняних товаровиробників в антидемпінгових розслідуваннях; вирішення проблем з повернення податку на додану вартість; забезпечення стабільного курсу національної валюти; поліпшення економічного клімату в країні; дотримання встановлених міжнародних економічних стандартів; створення сприятливих умов для збільшення обсягів залучення іноземних інвестицій; вдосконалення нормативно-правової бази для перспективного розвитку конкурентного середовища, як зовнішнього, так і внутрішнього і т.д. [2].

Важливим для формування потенціалу розвитку вітчизняних підприємств є їх переорієнтація на досягнення високих цілей підвищення конкурентоспроможності та виходу на міжнародні ринки, як надійних партнерів. Для виходу на закордонні ринки в умовах глобалізації вітчизняним підприємствам потрібно не тільки впроваджувати діяльність на внутрішніх заходах країни, а й слід активно здійснювати процеси зовнішніх заходів, зокрема, проводити закупівлі активів іноземних компаній, власноруч створювати іноземні філії і представництва і головне - формувати сучасні схеми поставок, розподілу і збуту своєї продукції з метою наближення до споживача, як вітчизняного, так і іноземного. Однією з найбільш актуальних проблем для українських експортерів є контроль (оперативний і повний облік) собівартості продукції. З одного боку, можливість такого контролю забезпечує підприємствам додаткові резерви при введенні протекціоністських заходів захисту іноземних ринків. З іншого боку, переговорні позиції компаній при антидемпінгових розслідуваннях можуть бути значно поліпшені при наявності прозорої бухгалтерської звітності міжнародного зразка. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє вирішити обидві ці задачі. В умовах глобалізації світових ринків найважливішою конкурентною перевагою компаній також можливість зниження собівартості продукції. Питання застосування інформаційно-комунікаційних технологій можливі для оптимізації наступних факторів собівартості:

- витрат на трудові ресурси;
- витрат на відновлення капіталу;
- витрат на матеріали і логістику;
- рівня технологічної продуктивності праці;
- рівня технологічної продуктивності капіталу;
- маркетингових витрат;
- витрат на фінансовий капітал;
- якості управління.

Крім рівня собівартості, найважливішою конкурентною перевагою на світових ринках є висока якість продукції і послуг. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій для покращення якості можливо на всіх етапах життєвого циклу продуктів, зокрема:

- на етапі проектування - за рахунок застосування систем автоматизованого проектування і моделювання (сals), зберігання проектної документації в цифровий формат;
- на етапі поставки і виробництва - за рахунок контролю якості сировини, автоматизованого контролю роботи обладнання, автоматизації процесу планових ремонтів;

- на етапі зберігання і транспортування - за рахунок кращого логістичного планування (і скорочення термінів доставки), а також автоматизованого контролю термінів придатності продукції;

- на етапі реалізації - за рахунок автоматизованого обліку претензій і пропозицій споживачів.

Важливим інструментом адаптації корпорацій до змін ринкових умов є науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки. В сучасних умовах проведення НДДКР без повного використання інформаційно-комунікаційних технологій практично неможливо.

Можна виділити наступні основні переваги використання інформаційно-комунікаційних технологій у дослідницькій діяльності та конструкторських розробках:

- зменшення термінів розробки і виведення товарів на ринок;

- зменшення трудовитрат за рахунок автоматизації рутинних операцій і аналітичних можливостей;

- зниження витрат на натурні випробування за рахунок використання комп'ютерного моделювання;

- підвищення якості готової продукції і зниження витрат на її технічне обслуговування;

- технологічне оформлення документації.

Одним з найважливіших джерел фінансування інвестиційних витрат корпорацій в даний час є залучення коштів на фінансових ринках.

В умовах глобалізації великі компанії мають можливість залучення коштів не лише на національному, а й на міжнародному ринку (для українських компаній ця можливість особливо актуальна через більш низьких рівнів відсотка на зарубіжних фінансових ринках у порівнянні з національним).

Серед найважливіших умов виходу компанії на міжнародні фінансові ринки інформаційна прозорість її діяльності. Інформаційно-комунікаційні технології є інструментальною базою для якісного розкриття корпоративної інформації.

При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів і відмінності від конкурентів, які повинні бути реальними і виділяти продукцію на ринку.

Однак, в будь-якому випадку, ефективність діяльності оператора ринку будь-якого рівня оцінюється за результатами реалізації його продукції та обсягами отримання прибутку [4].

Галузь інформаційно-комунікаційних технологій традиційно поділяється на два сегменти: інформаційні технології (технології автоматизованої обробки інформації) і комунікаційні технології (технології зберігання і передачі інформації).

Інформаційні технології, зокрема, дозволяють:

- автоматизувати окремі трудомісткі операції;

- автоматизувати і оптимізувати виробниче планування;

- оптимізувати окремі бізнес-процеси (наприклад, відносини з клієнтами, управління активами, документообіг, прийняття управлінських рішень) з урахуванням специфіки різних галузей економічної діяльності.

- безпосередній вплив інформаційно-комунікаційних технологій також відбивається на наступних факторах міжнародної конкурентоспроможності корпорацій:

- можливість подолання торгових бар'єрів;

- можливість реалізації продукції за сформованими світовими цінами (з точки зору собівартості товарів і послуг);

- підтримання якості продукції та сервісу на світовому рівні;

- доступ до міжнародних фінансових ринків;

- швидка адаптація до змін (в технологіях, споживчі переваги, умови торгівлі);

- сильні позиції на внутрішньому ринку.

Відповідно до гіпотези переважаючого попиту С. Ліндера і теорії міжнародної конкурентоспроможності націй М. Портера, необхідною умовою міжнародної конкурентоспроможності є конкурентоспроможність на внутрішньому ринку [3]. Мова, по-перше, йде про здатність національних компаній витримувати конкуренцію і з іншими національними виробниками, і з транснаціональними постачальниками товарів і послуг на

внутрішньому ринку. По-друге, за рахунок розширення частки національного ринку компанії накопичують потенціал для закордонної експансії. Тому слід розглядати можливості підвищення конкурентоспроможності не тільки великих компаній, але також середніх і малих підприємств (при сприятливих умовах можуть дорости до міжнародного рівня).

Одним із завдань, що сприятиме успішному входженню України на міжнародний ринок і досягнення високого рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, є правильне і ефективне використання інформаційно-комунікаційних технологій. Використання інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє малим і середнім підприємствам за рахунок зниження витрат поширення ринкової інформації долати нішеві і географічні обмеження своєї діяльності.

#### Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Горкавий В.К. Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях / В.К. Горкавий, О.В. Іващенко // Економіка АПК. – 2008. – № 7 (165). – С. 105-111.
3. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринку» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
4. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1. – Мелітополь: ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. – Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2004. – 264с.
7. Портер М. Международная конкуренция [Текст]: Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.
8. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навч. посібник / За ред. І. Ю. Сіваченка. - Київ: ЦНА, 2003. – 186 с.



## AUTOMATION IN THE ELECTRIC POWER INDUSTRY

*Chala N.G., Kharkiv Petro Vasulenko National Technical University of Agriculture*

*Milenin D.M. assistant*

With the development of the electric power industry, it quickly became clear that to regulate processes in the production, transportation and conversion of electricity, it is necessary to use high-speed devices that could instantly react to changing processes in the power grid, automatic emergency generator.

Automation is one of the directions of scientific and technological progress, the use of self-regulating technical means, economic and mathematical methods and control systems that relieve a person from participation in the processes of obtaining, converting, transferring and using energy, materials or information that significantly reduces the degree of this participation or the laboriousness of the operations. It requires additional application of sensors (sensors), input devices, control devices (controllers), actuators, output devices using electronic equipment and computational methods, sometimes copying the human's nervous and mental functions. Along with the term automatic, the concept of automated is used, emphasizing the relatively greater degree of human participation in the process.

Automated:  
Production processes;  
Designing;