

зацікавленості роботодавців у безпечних умовах праці, наукове забезпечення управління системою охорони праці та формування відповідного свідомого ставлення громадян щодо необхідності та актуальності питань з охорони праці.

Література

1. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник.- К.: Знання, 2006. – 559с.
2. Зеркалов Д. В. Безпека праці [Електронний ресурс] : Монографія /Д. В. Зеркалов. – Електрон. дані. – К. : Основа, 2012. – 1 електрон. опт.диск (CD-ROM); 12 см. – Систем. вимоги: Pentium; 512 Mb RAM; Windows 98/2000/XP; Acrobat Reader 7.0. – Назва з тит. екрана.
3. Кундієв Ю, Нагорна А. Професійна захворюваність в Україні (Соціально-економічний та гігієнічний аспекти). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/all/herald/2003-03/4.htm>
4. Следь О, Землякова Є. Економічні та соціальні аспекти поліпшення умов та охорони праці в ринковій системі господарювання. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ecan/2011_-9_2/pdf/sled.PDF
5. Чабан В.Й. Соціально-економічні основи охорони праці. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Chem_-Biol/Vnuvgrp/tekhn/2011_1/Vt5330.pdf
6. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Товста І.В., ст. гр. ЕП 12М
(науковий керівник Журило І.В., к.е.н., доц.)
Кіровоградський національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Загострення конкуренції та ускладнення умов господарювання висувають підвищені вимоги до економічної поведінки підприємств. Саме через конкуренцію отримання споживчого визнання стало для більшості вітчизняних виробників ще актуальнішим і складнішим завданням. Вхідження України в коло розвинутих країн можливе лише у тому випадку, якщо продукція наших підприємств буде відповідати світовим стандартам якості та конкурентоспроможності. Тому проблема методів оцінки конкурентоспроможності продукції та обґрунтування напрямів її підвищення набуває особливої актуальності.

Конкурентоспроможність продукції є важливою складовою успіху суб'єкта господарювання на ринку та формує кінцеві результати його діяльності. Проблеми конкурентоспроможності продукції висвітлили у своїх працях Г. Азаров, І. Булеєв, Б. Буркинський, Ю. Іванов, В. Осипов, М. Портер, К. Маконнел, С. Брю, Ф. Котлер, Р. Фатхутдінов, Д. Юданов, та ін.

Проте у науковій літературі все ще відсутній єдиний підхід щодо теоретичного та методичного забезпечення питань оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів. Подальшого розвитку потребують проблеми оцінки рівня конкурентоспроможності продукції окремих галузей промисловості виробництва, зокрема будівельних матеріалів. Така оцінка потрібна і виробникам цієї продукції (посередникам у реалізації) для стимулювання попиту на неї; і споживачам для вибору найбільш вигідного постачальника будівельних матеріалів.

Вибір нами у якості об'єкта дослідження процесу виробництва будівельних матеріалів пояснюється насамперед тим, що будівельна галузь є однією з найважливіших галузей народного господарства, від якої залежить ефективність функціонування усієї економічної системи країни. Тому, в сучасних умовах господарювання, сформованих під впливом світової фінансово-економічної кризи, особливо важливою є проблема відродження будівельного комплексу, який зазнав найбільш негативних трансформацій. Проявом останніх є уповільнення темпів освоєння капітальних вкладень, скорочення обсягів будівельних робіт і виробництва будівельних матеріалів, погіршення їх якості.

Як відомо, конкурентні переваги підприємство може отримати на основі відмінної якості своєї продукції або (та) більш низьких витрат на виробництво та реалізацію продукції в порівнянні з середніми на ринку. Таким чином, основними факторами, що визначають конкурентоспроможність продукції, у тому числі і будівельної, є її якість та ціна.

З метою знаходження шляхів вирішення окресленого кола проблем нами було досліджено якісні та цінові характеристики цегли виробництва ТОВ «Кіровоградський завод будівельних матеріалів №1».

Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції на першому етапі передбачає порівняння показників її якості з відповідними показниками еталонного (базового) зразка. В якості базового зразка була обрана рядова цегла ЗАТ «Слобожанська будівельна кераміка». Для оцінки її якісних характеристик на основі опитувань фахівців з виробництва цегли та будівельників були обрані функціональні показники та показники надійності даної продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Об'єктивні показники споживних властивостей цегли рядової керамічної

Показник якості	Рівень показника			Відносний показник якості (q_i)
	За вимогами нормативної документації	Досліджуваний зразок М-100	Базовий зразок	
Міцність на стиск, МПа	10,0-30,0	10,0	20,0	0,5
Міцність на згин, МПа	11,6-3,4	1,6	1,9	0,84
Водопоглинання, %	6-12	9	12	0,75
Густина, кг/м ³	Більше 1600	1600	1320	1,21
Лінійні розміри, мм:				
– довжина	250	250	250	1
– ширина	120	120	120	1
– товщина	65-88	65	65	1
Морозостійкість, цикл	25-50	25	50	0,5

Рядова керамічна цегла М-100 за такими показниками, як міцність на стиск, міцність на згин, водопоглинання та морозостійкість дещо поступається базовому зразку, але, у той же час, рівні даних показників відповідають вимогам ДСТУ Б В.2.7-61: 2008 «Будівельні матеріали. Цегла та камені керамічні рядові і лицьові». Досліджуваний зразок випереджає базовий лише за показником густини.

Але порівняння одиничних показників не дає можливості повністю оцінити рівень якості продукції. Для цього необхідно використати метод комплексної оцінки. Загальний рівень якості продукції визначається як сума відносних одиничних показників якості, помножена на коефіцієнти їх вагомості, також визначені нами шляхом опитування експертів (табл. 2).

Таблиця 2

Оцінка рівня якості рядової керамічної цегли М-100

Показник якості	Відносний показник якості (q_i)	Коефіцієнт вагомості (m_i)	$q_i \times m_i$
Міцність на стиск	0,5	0,09	0,045
Міцність на згин	0,84	0,12	0,1
Водопоглинання	0,75	0,16	0,12
Густина	1,21	0,18	0,22
Лінійні розміри	1	0,17	0,17
Морозостійкість	0,5	0,07	0,035
Ціна	0,4	0,21	0,08
Комплексний рівень якості (U)	–	1,0	0,77

Комплексний показник якості рядової керамічної цегли складає 0,77. Зазначений показник дозволяє зробити висновок, що рядова цегла М-100

за своїми споживними властивостями поступається аналогічній продукції основного конкурента.

Запропонована методика оцінки рівня конкурентоспроможності цегли дозволяє, по-перше, виробнику виявити необхідність вдосконалення її якісних характеристик; по-друге, обґрунтовано підходити до питання встановлення відпускних цін на цеглу; по-третє, використовувати даний критерій для стимулювання попиту на ту продукцію, яка має більший рівень конкурентоспроможності; по-четверте, озброїти споживача критерієм, на який він може орієнтуватися при виборі постачальника цегли.

Харченко И.С., ст. гр. ЭП (ИПК)
(научный руководитель Богачева А.В., к.э.н., доц.)
Национальная академия природоохранного
и курортного строительства, г. Симферополь)

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА, КАК АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАСЛОЖИРОВОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ

За последние пять лет Украина по производству семян подсолнуха и масла вошла в тройку мировых продуцентов. Она значительно укрепила свои позиции второго, после Аргентины, мирового экспортера подсолнечного масла, увеличив свою долю до 22% мирового производства. Производство подсолнечника и подсолнечного масла является перспективным для Украины, однако, в стране есть другие масличные культуры, которые имеют также важное значение для экономики. Кроме подсолнечника в масложировой промышленности используются: соя, семена рапса, льна-долгунца, клещевины, конопли и горчицы.

В составе масложировой отрасли Украины почти тридцать крупных предприятий, которые способны производить продукцию (масло) из различных видов масличных культур (подсолнечника, рапса, льна, сои), маргарин, мыло. Более половины производства подсолнечного масла контролируют девять крупных агропромышленных объединений (рис. 1 а, б). Темпы роста производства масличной продукции дают возможность рассматривать будущее отрасли с оптимизмом. Продукция экспортируется почти в 30 стран ближнего и дальнего зарубежья. обстоятельное изучение зарубежного опыта и его адаптация к национальным условиям имеет