

будівельних матеріалів, сприяють підвищенню щільності і міцності ґрунту, збільшують в 3 рази строк експлуатації дорожнього покриття, скорочують час будівництва дороги майже в 2 рази. Завдяки цьому підприємство економить на щорічному ремонті доріг, який вимагає значних капітальних вкладень.

За нашими розрахунками, економія підприємства на будівництві 50 км дороги складає близько 130 млн. грн.

Журило І.В., к.е.н., доц., Панасенко В.О., магістрант гр. ЕК-11МБ
Кіровоградський національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Загострення конкуренції та ускладнення умов господарювання висувають більш суворі вимоги до якості теоретичних досліджень та практичних рішень у сфері управління конкурентоспроможністю продукції. Конкуренція зробила отримання споживчого визнання ще актуальнішим і складнішим для більшості вітчизняних машинобудівних підприємств. Від конкурентоспроможності продукції, яка є елементом системи конкурентоспроможності підприємства, залежить ефективність його виробничо-господарської діяльності та становище на динамічних ринках України та світу.

Сприяття входженню України в коло розвинутих країн можна лише у тому випадку, якщо продукція вітчизняних підприємств буде відповідати світовим стандартам якості та конкурентоспроможності. Тому розробка дієвих механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств є найважливішим завданням сьогодення.

Дослідження рівня конкурентоспроможності продукції та пошук шляхів її підвищення проводяться вченими-економістами в багатьох країнах світу. Ці питання висвітлено в роботах Б.В.Буркинського, В.А.Діленка, В.Н.Осипова, Г.І.Іспіряна, Ю.В.Макогона, Г.М.Скударя, А.Н.Литвиненка, А.І.Маренича, В.Л.Діканя, Ю.Б.Іванова, А.Маршалла, О.П.Сологуба, О.А.Горбашко, П.С.Зав'ялова, М.Портера, Р.Уотермена, Ф.Хайека, А.Ю.Юданова, Р.А.Фатхутдинова, та ін. Однак в 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 промислово-виробничого призначення. Така оцінка потрібна: по-перше, – виробникам продукції (посередникам у її реалізації) для стимулювання попиту на неї; по-друге, – виробникам

машин та ремонтним підприємствам для вибору найбільш вигідного постачальника комплектуючих виробів.

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. На основі вибору тієї або іншої комбінації зміни ціни та якості товару фірма може формувати відповідну конкурентну стратегію. В [1] наведено різні варіанти таких комбінацій (рис. 1).

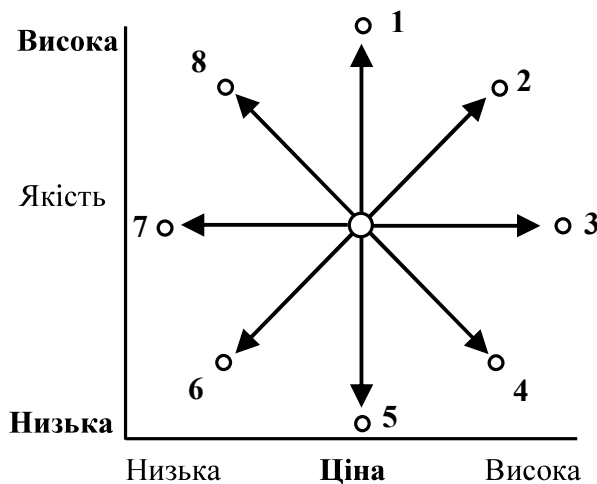


Рис. 1. Можливі комбінації змін цін та якості товарів.

Основними є варіанти 1 і 7. Варіант 1 полягає в тому, щоб за незмінного рівня ціни підвищити якість (стратегія диференціації). Варіант 7 відбиває намагання фірми підвищити конкурентоспроможність продукції за рахунок зниження цін при збереженні якості (стратегія "фокусування на витратах"). Інші стратегії вважаються модифікацією попередніх двох.

Розгляд різних комбінацій

змін цін й якості товару дозволяє зробити ряд висновків.

1. Для перемоги в конкурентній боротьбі фірма повинна прагнути до збільшення величини співвідношення "якість/ціна", віддаючи перевагу конкурентним стратегіям 1 і 7. Не слід ігнорувати більш ризиковану стратегію 2, стратегію 8, яку за звичайних обставин важко реалізувати, а також стратегію 3. В окремих випадках одна з цих трьох стратегій може бути для фірми найбільш прийнятною. Решта стратегій – 4, 5, 6 – базується на зниженні якості товару, тому логіка їх вибору є непереконливою.

Не важко помітити, що зниження показників якості та ціни виробу (варіант 6) так само як і їхнє одночасне підвищення (варіант 2) можуть привести до однакового кількісного значення співвідношення "якість/ціна". Хоч на таких протилежних змінах базуються докорінно різні стратегії. Звідси певним чином впливає те, що, серед показників якості і ціни виробу ключовою характеристикою виступає тренд якості. Тому просте їхнє співвідношення не може визначати рівень конкурентоспроможності продукції. В гіршому разі високоякісний та дорогий виріб буде мати такий же рівень конкурентоспроможності, як і неякісний, але дешевий. Тому, вважаємо, що в процесі оцінки конкурентоспроможності продукції на основі співвідношення якість/ціна, виробник має використовувати так званий коефіцієнт

гальмування ціни реалізації (K_c).

У практиці ціноутворення коефіцієнт гальмування ціни використовується підприємством для того, щоб зробити придбання свого товару більш вигідним для покупця, ніж товару конкурента. Таким чином досягається елімінація ефекту "несправедливості" ціни. Ми пропонуємо дещо розширити сферу застосування K_c , доповнити перелік факторів, що його визначають.

Так базовий рівень коефіцієнта гальмування має залежати від загальних стратегічних напрямків діяльності підприємства-виробника, а також від типу ринку. Найбільше гальмування ціни реалізації ($K_c=0,5$) буде мати місце за стратегії низьких витрат, найменше гальмування ($K_c=0,8$) – за стратегії диференціації. Решта стратегічних факторів й надалі змінюватимуть базові величини K_c . Наприклад, високий імідж підприємства та наявність післяпродажного обслуговування обумовлять цілком обґрунтоване підвищення ціни за рахунок відповідної зміни коефіцієнта гальмування. І навпаки, через наявність сильних торгових посередників, що мають значну маржу в ціні продукції виробника, останній можливо вимушений буде завчасно знизити, за рахунок K_c , власну ціну.

Література

1. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – М.: Юрайт, 2001. –224с.

Збаржевецька Л.Д., к.е.н., ст. викл., Демчукова О.В., ст. гр. ЕП-10т
Кіровоградський національний технічний університет

ТЕНДЕНЦІ ЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ

Оздоровлення соціально-економічної та демографічної ситуації на селі та формування стабільного та ефективного ринку праці у сільській місцевості є однією з найбільш значимих та невідкладних проблем розвитку держави. Саме для сільської місцевості характерні депопуляція і старіння населення, суттєві зміни в структурі зайнятості, порушення основних співвідношень у формуванні та реалізації трудової активності, падіння продуктивності аграрної праці та зниження рівня життя. В останні роки різко звузилась сфера прикладання праці працездатних сільських мешканців. До цього призвели відсутність великих підприємств у містах, які раніше широко використовували працю селян; недостатня кількість невеликих переробних цехів, розташованих на територіях сіл, а також заготівельних фірм, кооперативів, які б надавали послуги технікою, що