

вартісних оцінок окремих його складових), структурний (функціональний, що визначає його величину виходячи з прогресивних норм і нормативних співвідношень, заданих найбільш досконалими технологіями, організацією виробництва загалом і окремих підсистем підприємства, що використовуються в галузі) та цільовий (проблемно-орієнтований, що визначає його величину як рівень відповідності окремих складових потенціалу необхідному, дещо ідеальному уявленню про склад, структуру та механізми функціонування потенціалу для виготовлення конкурентоспроможної продукції).

Оцінити виробничий потенціал можна застосовуючи різні методи. Еквівалентний метод здійснюється за величиною будь-якого з його елементів, в який за допомогою спеціальних коефіцієнтів трансформується інші його елементи. Він ґрунтується на взаємозамінності елементів. Функціональний метод передбачає, що величина виробничого потенціалу дорівнює обсягу вироблюваної продукції, а величини окремих його елементів визначаються через питомі ваги продукції, у виробництві якої ці елементи мають вирішальне значення. Кореляційний метод (передбачає використання різних кореляційно-регресійних моделей при визначенні величини виробничого потенціалу). Вартісний метод передбачає визначення вартості кожного з елементів потенціалу, а потім і загальної вартості виробничого потенціалу як суми вартостей ОВЗ, персоналу (кадрів), технології та інформації [2].

Одержані оцінки дають змогу визначити рівень відповідності виробничого потенціалу підприємства обраним стратегіям по окремих складових. Враховуючи значущість цих складових для виробничого потенціалу, що визначається експертами у відповідних коефіцієнтах, при цьому можна розрахувати загальну цільову оцінку виробничого потенціалу.

Отже, необхідно приділяти достатню увагу оцінці виробничого потенціалу підприємства, при чому проводити її комплексно, оскільки він відповідає максимально можливому випуску продукції за лише сприятливих виробничих умов або за мінімального впливу несприятливих обставин.

Список використаних джерел

1. <http://referat-ok.com.ua/ekonomichna-teoriya/virobnichii-potencial-ta-iogo-vikoristannya-v-ukrajini>
2. http://pidruchniki.com/12281128/ekonomika/virobnichiy_potentsial

*Остапенко І.Р., студ. гр. ЕП-16-мз
(науковий керівник – Нісфоян С.С., к.е.н., ст. викл.)
Центральноукраїнський національний технічний університет,
м. Кропивницький*

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ НА РЕМОНТ РУХОМОГО СКЛАДУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Однією з базових галузей економіки є залізничний транспорт, від стабільного та ефективного функціонування якого залежить обороноздатність, національна безпека і цілісність країни, підвищення рівня життя населення.

Нинішній стан виробничо-технічної бази українських залізниць за багатьма параметрами не відповідає зростаючим потребам суспільства та європейським стандартам якості надання транспортних послуг, що рано чи пізно може стати головним гальмом розвитку економіки України.

У калькуляції собівартості внутрішніх залізничних перевезень однією з найбільших статей витрат є ремонт та утримання рухомого складу. Зокрема, на цю статтю припадає: по тепловозному парку до 25%, по електровозному до 26%, по вагонному до 45% від загальних витрат на експлуатацію. Старіння парку рухомого складу в Україні та обмеженість ресурсів є причинами перерозподілу ресурсів на позапланові ремонти, унаслідок чого страждає якість планових ремонтів [1].

Ефективна система ремонту має базуватися на принципах, які б дозволили їй адаптуватися до потреб перевізного процесу, до стану та ступеню зносу рухомого складу, до кількості та якості виділених на ремонт ресурсів. Таким умовам відповідає система ремонту, сформована на логістичних принципах. Вона дозволить керувати кількістю ресурсів, що витрачаються на власні потреби й на відновлення ресурсу рухомого складу в залежності від умов, що склалися.

Використання логістичного підходу до організації роботи підрозділу локомотивного депо з ремонту залізничного рухомого складу забезпечить:

- складання оперативного плану роботи на основі потреб суміжних технологічних ланок у роботах і ресурсах, а не на основі планових показників, що зазвичай встановлюються на верхньому рівні управління підрозділом. Це дозволить узгодити роботу ремонтних технологічних ланок;

- контроль за роботою будь-якого елемента логістичної системи (ЛС) не за набором суворо закріплених за ним планових показників, а на основі єдиного показника ефективності роботи, що дозволить виявити технологічні ланки, які виявилися ненадійними та не узгоджено працюючими.

Характеристику ремонтної логістичної системи локомотивного депо, складені нами з використанням [2], подано у табл. 1.

Таблиця 1

Характеристика виробничої логістичної системи локомотивного депо

| № з/п | Елемент системи | Характеристика елемента системи |
|-------|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| 1. | Основний потік | Матеріальний потік, який циркулює між елементами виробничої ЛС, взаємопов'язаними у єдиному процесі його переробки: потоки одиниць рухомого складу, потоки технічних ресурсів (інструмент, оснащення таке ін.), потоки трудових ресурсів (виробничого персоналу), потоки матеріальних ресурсів (запчастин, сировинних та мастильних матеріалів, напівфабрикатів, енергії тощо). |
| 2. | Структурні елементи виробничої логістичної системи (підсистеми) | 1. Вхідний (дільниця приймання рухомого складу в ремонт та відділ постачання); 2. Переробний. 3. Накопичувальний. 4. Вихідний – забезпечує вибуття матеріального потоку із системи у вигляді одиниць рухомого складу з відновленим ресурсом. |

| 1 | 2 | 3 |
|----|--|--|
| 3. | Механізм управління матеріальним потоком | Полягає у своєчасному та ефективному впливі на той або інший елемент, робота якого призводить до відхилень від параметрів потоку, що вимагаються. Спрямований на забезпечення відповідності кількісних та якісних значень параметрів потоку попиту на рухомий склад з відновленим ресурсом з боку системи експлуатації |
| 4. | Види інформаційних потоків | <p>1. Потоки керуючих впливів – потоки інформації від керуючого елемента з метою координації роботи елементів виробничої ЛС, формалізовані у вигляді розпоряджень, нормативів, наказів.</p> <p>2. Потоки звітних даних – потоки інформації від ланок виробничої ЛС щодо керівного елемента, спрямовані на його інформування про хід техпроцесу (звіти про виконану роботу, графік фактичного виконання планового завдання та ін.).</p> <p>3. Інформаційно-технологічні потоки (ІТП) – мають, як правило, горизонтальне спрямування (циркулюють вздовж матеріального потоку) і являють собою щодобові оперативні потоки інформації виробничого характеру, які виникають у процесі оперативної взаємодії елементів ЛС. Формуються у вигляді заявок на виробничо-технічні ресурси (заявка на ремонт, заявка на працівника, заявка на інструмент тощо).</p> <p>ІТП є інформаційною основою управлінських впливів, оскільки аналіз ІТП виявляє значні невідповідності, що вимагають істотних коригувань роботи ЛС, здійснюваних потоком керівних впливів з використанням звітних даних.</p> |

Аналіз практики управління ремонтними підрозділами показує, що інформаційно-технологічні потоки у них доцільно описувати у вигляді потоку уніфікованих за формою заявок на роботи і ресурси. Заявка це цілеспрямоване інформаційне повідомлення, що являє собою набір даних, які визначають вимоги однієї технологічної ланки до іншої про потреби елементів системи в обладнанні, трудових та матеріальних ресурсах для виконання операції ремонтного технологічного процесу.

Формалізація техпроцесів у ремонтних підрозділах локомотивних депо у вигляді потоку заявок дозволить отримати якісно нове сприйняття системи ремонту рухомого складу. Сутність такого сприйняття полягає в наступному:

1. Функціонування ремонтного підрозділу представлено у вигляді процесів генерації, переробки і просування матеріальних та інформаційних потоків. Для опису технології ремонту достатньо виділяти потоки керівних впливів, потоки звітних даних та інформаційно-технологічні потоки.

2. Управління матеріальним потоком ремонтного підрозділу здійснюється на основі аналізу інформаційно-технологічних потоків, котрі формалізуються у вигляді потоку уніфікованих за формою заявок на роботи та ресурси. Технологія ремонтів описується заявками чотирьох типів: заявками на операцію технологічного процесу, на обладнання, на трудові та матеріальні ресурси.

3. Для описання потреби технологічних ланок й оцінки виконання заявок рекомендується використовувати систему якісних, орієнтованих у часі, кількісних та просторових параметрів [2].

4. Послідовне складання ланцюга заявок на роботи і ресурси утворює дерево заявок, яке використовується для оперативного планування та контролю виконання ремонтних технологічних процесів.

Список використаних джерел

1. Залізничний транспорт України, його значення, сучасний стан, місце в транспортній системі та перспективи розвитку [Електронний ресурс] Режим доступу:// <http://e-works.com.ua/work>

2. Корнилов С.Н., Рахмангулов А.Н., Дудкин Е.П., Горшенин А.А. Логістика ремонту залізничного подвижного состава: Монографія. Магнітогорск: МГТУ ім. Г.Л. Носова, 2005. 182 с.

*Отрош І.Г., курсант
кафедри менеджменту, економіки, права та туризму
(науковий керівник – Ситник О.Ю., к.е.н., доц.)
Льотна академія Національного авіаційного університету,
м. Кропивницький*

ОРГАНІЗАЦІЯ І ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення високого рівня адаптивності підприємства до динамічних змін ринкового середовища та здатності конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів залежить від ефективного використання концепцій управління конкурентоспроможністю.

Варто зазначити, що метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення умов його успішного функціонування в конкурентному середовищі та створення конкурентних переваг стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни й за її межами за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі. Маркетингова діяльність в організації конкурентоспроможності підприємства повинна бути спрямована на довгострокове існування фірми, на її стійкість, міцні і тривалі зв'язки із споживачами або іншими учасниками ринку, підвищення конкурентоспроможності пропонованих послуг, товарів.

В умовах трансформаційної економіки, коли конкуренція між компаніями набуває свого найвищого рівня, виникає потреба в маркетингових дослідженнях з вивчення конкретних проблем і можливостей компанії. Проводиться вивчення – аналіз споживчого ринку, прогноз продажу по регіонам або оцінка рекламної діяльності.

Маркетингові дослідження – це система підготовки і проведення різних досліджень, аналіз отриманих даних і надання висновків для вирішення маркетингової задачі, яка стоїть перед компанією [1].