

Отже, проведене нами дослідження виробничої діяльності машинобудівних підприємств Хмельниччини виявило низку проблем, пов'язаних із матеріально-технічним та організаційним забезпеченням виробничого процесу, які негативно впливають на тенденцію до зростання продуктивності праці.

Література

1. Губанов С. Новая целевая задача и условия ее решения / С.Губанов // Экономист. – 2008. - №3. – С.3-21.
2. Сідун В.А., Пономарьова Ю.В. Економіка підприємства / В.А.Сідун, Ю.В.Пономарьова – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 356с.

УДК 339.137.002.6

*Чорнодон В.І., к.е.н., доцент,
Вінницький інститут економіки
Тернопільського національного
економічного університету,
м.Вінниця*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Основною ознакою ринкової економіки є конкурентна боротьба, суперництво підприємств за одержання максимальних прибутків. Досвід світового господарства підказує необхідність активного втручання в цей процес суб'єктів ринку – підприємств, що, в свою чергу, вимагає формування методів ефективної роботи в умовах розвитку конкуренції. Не всі вітчизняні підприємства готові до ведення конкурентної боротьби. Більшість з них, навіть маючи конкурентоспроможну продукцію, внаслідок відсутності практики використання всього комплексу маркетингу, не можуть реалізувати ці переваги [1, с.19].

Зростання вимог споживачів до якості продукції, посилення конкуренції, у зв'язку зі вступом до СОТ, викликає необхідність у створенні умов, що забезпечують успішність вдосконалення конкурентоспроможності підприємств, розвитку ефективного господарського механізму.

Для забезпечення стабільного рівня якості і конкурентоспроможності продукції необхідно реалізувати наступні заходи:

- проведення аналізу відповідності продукції вимогам міжнародних стандартів;
- оцінка технічного рівня і конкурентоспроможності порівняно з іноземними аналогами;
- проведення аналізу відповідності продукції Європейським нормам і вимогам Директив ЄС;
- створення на підприємстві системи екологічного управління у відповідності з вимогами міжнародних стандартів;
- впровадження і сертифікація системи управління якістю продукції.

З метою ефективного проведення запропонованих заходів слід розробити

багаторівневу конкурентну стратегію. Саме, конкуренція виступає об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, дія якого є для товаровиробників зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на підприємствах, збільшення масштабів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва, форм і систем заробітної плати тощо [2, с.39].

Нині однією з обов'язкових умов виходу на міжнародний ринок є наявність у продавця продукції сертифікату відповідності, який є свідоцтвом щодо її відповідності вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000, які мають на меті регулювання єдиних всесвітніх вимог до системи якості підприємств, що є постачальниками продукції.

Забезпечення рівня якості продукції відповідно до стандартів ISO серії 9000 – це одна з необхідних умов, що гарантують конкурентоспроможність товару. Але необхідно орієнтуватися на постійне покращення якісних параметрів продукції, що зможуть перевищувати параметри, заявлені у вказаних стандартах. Зазначене має на меті постійне зростання рівня конкурентоспроможності продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках [3, с. 93].

На виробництво конкурентоспроможної продукції в сучасних умовах господарювання значний вплив здійснюють наступні чинники: організація ефективної співпраці підприємств виробничої сфери з науково-дослідними установами та організаціями; наявність на підприємстві, що виробляє інноваційну продукцію науково-дослідного підрозділу, який забезпечує реалізацію його НДДКР та сприяє вдосконаленню продукції з врахуванням зростаючих вимог ринку; забезпечення виробничого процесу необхідними ресурсами, створення необхідної матеріально-технічної і технологічної бази; рівень професійної підготовки інженерно-технічних кадрів, що здійснюють виробництво інноваційної продукції; формування дієвої системи управління та організації виробничого процесу; організація маркетингових досліджень комерційних перспектив виробництва нової продукції. Оновлення продукції може сприяти розширенню ринків збуту, стимулювати зростання попиту, збільшувати рівень диференціації серед конкурентів.

Важливі технологічні нововведення в методах виробництва можуть значно змінювати одиничні витрати виробництва, розмір інвестицій, мінімальний ефективний розмір виробництва, викликати схильність до вертикальної інтеграції, збільшувати значення ефекту життєвого циклу товару. Час від часу підприємства пропонують ринку свої товари, користуючись новими шляхами і способами, намагаючись порушити купівельний інтерес, підштовхнути попит, диференціювати продукт і зменшити витрати на одиницю продукції.

Зміни в параметрах попиту і способів використання продукту генерують удосконалення задоволення потреб і вимог споживачів до створення додаткових та альтернативних каналів збуту, зміну величини капіталу, що використовується, зміни у маркетинговій політиці.

Маркетологи країн з розвинутою ринковою економікою вважають, що своєчасне та науково обґрунтоване розроблення концепції нового товару дає змогу значно підвищити його комерційний успіх. Як вважають британські вчені, розробка нової продукції повинна узгоджуватися із потребами і запитамі споживачів. Це забезпечить успіх нової продукції на 70–90 %. Американські

експерти засвідчують, що 32 % комерційних невдач інновацій є наслідком помилкової оцінки вимог ринку, 13 % – наслідком помилок у сфері збуту, 14 % – надто високих цін, 10 % – несвоєчасного початку продажу, 8 % – активної протидії конкурентів і тільки 23 % новинок зазнають невдачі із суто технічних причин [4].

Засобом підвищення конкурентоспроможності продукції, розширення та закріплення ринкових позицій є інноваційний характер здійснення виробничих процесів.

Забезпечення конкуренції на ринку це – лише спосіб досягнення високої ефективності виробництва продукції. Конкуренція дозволяє створити таку ринкову ситуацію, яка сприяє зниженню витрат виробництва, сприяє створенню нових продуктів, розвитку науково-технічного прогресу та інновацій. Оцінка стану ринку є визначальною умовою створення конкурентоспроможної продукції та засобом посилення конкурентної позиції, як продукції, так і підприємства.

Конкурентоспроможність продукції є важливим питанням сьогодення та виступає чинником підвищення ефективності функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання, оскільки конкуренція розкриває потенціал суб'єктів ринку й виконує функцію постійного рушія розвитку. Без забезпечення конкурентоспроможності та стійкості конкурентних переваг на регіональному та міжнародному ринках неможливо досягти сталого розвитку економіки.

Література

1. Курбацька Л. М. Конкурентоспроможність продукції в аспекті ринкових трансформаційних процесів / Л. М. Курбацька, Т. В. Ільченко, І. Г. Кожушко // Агросвіт. – 2008. – № 9. – С. 19–21.
2. Чорнодон В. І. Вплив глобалізаційних процесів на конкурентоспроможність вітчизняної продукції / В. І. Чорнодон, Л. Т. Гурко // Агросвіт. – 2010. – № 17. – С. 38–41.
3. Кравченко Г. В. Аналіз резервів підвищення рівня конкурентоспроможності гірничо-збагачувальних підприємств / Г. В. Кравченко // Економіка, соціологія, право. – 2011. – № 2. – С. 91–94.
4. Кардаш В. Я., Павленко І. А., Шафалюк О. К. Товарна інноваційна політика: [підручник] / Кардаш В. Я., Павленко І. А., Шафалюк О. К. – К.: КНЕУ, 2002. – 266 с.

УДК 330.322.012

*Шабанова О. А., аспірант
кафедры экономической теории
ГОУ ВПО «Ульяновский государственный университет»
г. Ульяновск*

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЗАКАЗ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Современные условия хозяйственной деятельности промышленных предприятий характеризуются ростом неопределенности в связи с высокой динамичностью факторов внешней и внутренней среды. В условиях рецессии