

Ключевые слова: маркетинговая служба, отдел маркетинга, организационная структура, структура управления, сектор, сегмент, подразделение.

Annotation. The article considers the marketing service as a special unit, which operates on the basis of principles and methods of marketing. The main task of the marketing department is to determine the place of the company in the market and find opportunities to take the most advantageous position in relation to competitors. The result of the work of marketers is to increase the level of sales, which is the main indicator in the evaluation of the marketing department.

Key words: marketing service, marketing department, organizational structure, management structure, sector, segment, division.

Бібліографічний список використаної літератури

1. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. — М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Кросс. Плюс», 1995. — 702 с.
2. Ілляшенко С.М. Товарна інноваційна політика: Підручник. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. — 281 с.
3. Маркетинг : учебник / А. Н. Романов, Ю. Ю. Корлюгов, С. А. Красильников и др. ; под ред. А. Н. Романова. — М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. — 560 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. — К. : Лібра, 2002. — 705 с.
5. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : підручник / А. В. Войчак. — К. : КНЕУ, 2007. — 268.
6. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс, 5-те видання.: Пер. з англ.: Навч посібник. — М.: СПб.: К.:Видавничий дім „Вільямс”, 2003.
7. Старостіна А.О., Черваньов Д.М., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посібник. — К.: Знання – Прес, 2002.
8. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч.посібник.-Львів: ЛНУ ім.. І.Франка, 2013.-450с.
9. Мартин О.М. Основы маркетингу: Навч.посібник.-Львів: ЛДУБЖД, 2015.-409с.
10. Маркетинг. Навч.посібник /За ред.. М.А. Мальчик НУВГП, 2014.-444с.
11. Маркетинг: Учебник/ Под ред. А.Н. Романова.-М.: ЮНИТИ, 2010.-268с.

УДК 637.1.009.12

Білоусов О.М., Імшеницька І.Г., Єфремов А.М.

СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У РЕГІОНАХ НА ЗОВНІШНЬОМУ ТА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку української економіки та посилення інтеграційних процесів перед підприємствами у регіонах постає проблема забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності продукції, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. У зв'язку з процесом інтеграції України до ЄС, вступом до СОТ, нестабільністю економічних відносин із Росією гостро постають питання організації конкурентоспроможного виробництва продукції на підприємствах у регіонах, спроможних вести жорстку конкурентну боротьбу, швидко і адекватно реагувати на постійні зміни ринку, мобільно переходити на випуск нових видів високоякісної продукції, забезпечувати ефективність діяльності, як виробників, так і переробників. Саме тому однією із найважливіших умов забезпечення ефективного господарювання суб'єктів виробництва є постійне підвищення їх конкурентоспроможності.

Огляд останніх досліджень і публікацій. Явище конкуренції та

конкурентоспроможності підприємств досліджувалося такими відомими зарубіжними та вітчизняними економістами, як: Т. Амблером, О. Гудзинським, І. Должанським, П. Дойлем, П. Друкером, Т. Загорною, В. Зіновчуком, С. Квашою, В.П. Клочан, О. Комахою, Ф. Котлером, М.Маліком, Т. Мостенською, В. Топіхою, І. Топіхою, І. Червеном, Дж. О'Шонессі, М. Портером, Р. Фатхутдіновим, А. Юдановим, І. Кіщак, В. Гангановим, І. Гончаренко та іншими.

Дослідженню проблем формування механізмів регулювання економічних процесів присвячені наукові праці О. Амоши, А. Гальчинського, В. Гейця, В. Гончарова, Г. Губерної, В. Дорофіївка, С. Лукіна, П. Лайка, А. Мельника, С. Поважного, А. Савченко, М. Чумаченката інших вчених.

Проте ряд питань, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності підприємствами у регіонах вимагають детальнішого дослідження. Необхідність пошуку можливостей розв'язання зазначених завдань, їх теоретична і практична цінність обумовили вибір теми дисертаційної роботи.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є розробка і обґрунтування щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємствами у регіонах на зовнішньому ринку шляхом удосконалення організаційно-економічних механізмів регулювання їх діяльності та необхідність вирішення наступних завдань:

- дослідити теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємствами у регіонах, регулювання їх економічної діяльності шляхом узагальнення і уточнення поглядів вчених-економістів на сутність, значення та необхідність підвищення конкурентоспроможності в сучасних умовах їх функціонування та виходу на зовнішній ринок;
- визначити методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємствами у регіонах та стимулювання діяльності підприємств з урахуванням регуляторної політики;
- здійснити аналіз функціонування підприємствами у регіонах;
- дослідити вплив важелів регулювання на активізацію діяльності підприємствами у регіонах;
- дати оцінку конкурентоспроможності підприємствами у регіонах на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- визначити основні стратегічні напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємствами у регіонах в сучасних умовах їх функціонування та при виході на зовнішній ринок шляхом удосконалення механізму регулювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основи регулювання економічної діяльності та забезпечення конкурентоспроможності підприємствами у регіонах на зовнішньому ринку розглянуто сутність, види та фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємств на зовнішньому ринку, теоретичні засади регулювання економічної діяльності підприємств, методичні основи оцінювання конкурентоспроможності продукції та активізації діяльності підприємств з урахуванням регуляторної політики.

Встановлено, що конкурентоспроможність підприємств являє собою здатність суб'єкта господарювання вивчати попит та пропозицію на ринку, виробляти та реалізовувати товари, які є більш привабливими для споживачів, ніж товари конкурентів.

На рівень конкурентоспроможності підприємств найсуттєвіший вплив мають науково-технічний рівень і ступінь удосконалювання технології виробництва, використання новітніх винаходів і відкриттів, впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва. Головним критерієм, що визначає стабільність конкурентоспроможності підприємства, є його здатність виробляти високоякісні товари та можливість забезпечити ними комерційний успіх. Конкурентоспроможність фірми залежить не лише від результатів діяльності фірми, але й від стану вітчизняної економіки, низький рівень якої є ускладнюючим чинником при прогнозуванні результатів діяльності.

Найважливішими факторами конкурентоспроможності підприємствами у регіонах, що функціонують на зовнішньому ринку, є наступні: поліпшення системи державної підтримки виробників; підвищення ефективності виробництва й реалізації продукції за рахунок зниження витрат на всіх стадіях просування товару до споживачів; виявлення переваг продукції порівняно із замінниками; виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти; вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів; якість є основним неціновим фактором забезпечення конкурентоспроможності; підвищення якості товару і його технічних параметрів згідно з вимогами споживача; вплив безпосередньо на споживача шляхом проведення реклами; виявлення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; забезпечення поєднання інтересів усіх ланок.

Фактори зовнішнього середовища впливають на кожне підприємствами у регіонах по-різному, що ускладнює формування конкурентної стратегії підприємств. Окрім того, стратегії підприємств різняться з огляду на їх конкурентний статус, а також конкурентні ситуації на підприємствах і в галузі. Вибір конкретної стратегії конкурентоспроможності на зовнішньому ринку або їх комбінації залежить від місії, цілей підприємства та особливостей міжнародної ринкової ситуації. Схема вибору типових стратегій в залежності від цілей фірми та її розміру представлена на рис. 1.

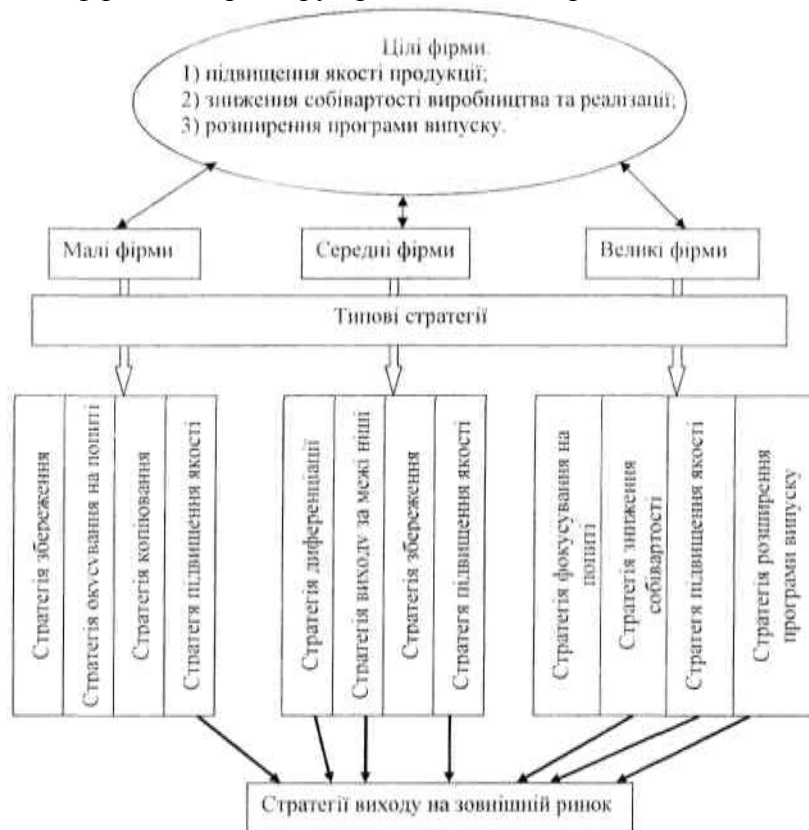


Рисунок 1 - Типологічна модель конкурентних стратегій підприємствами у регіонах

Стратегія конкурентоспроможності - це логічна реакція на необхідність забезпечення ефективної діяльності підприємства шляхом досягнення динамічної рівноваги з зовнішнім середовищем; пошуку способів і використання факторів виживання; досягнення успіху в конкурентному середовищі; оптимального розподілу й ефективного використання ресурсів; поєднання рішень і дій, використання найраціональніших принципів і методів управління.

Держава повинна відігравати активну роль в економічному розвитку, підтримувати прогресивні тенденції в трансформації економіки, сприяти адаптації суб'єктів

господарювання до зміни зовнішнього середовища.

Державне регулювання діяльності підприємств являє собою встановлення державою обмежень для забезпечення стабільного і безпечного функціонування підприємств та створення умов для досягнення ними макроекономічної ефективності.

Розробка та реалізація державної регуляторної політики, а також формування прозорого та зрозумілого правового поля має забезпечувати ефективну роботу ринкових механізмів, створювати надійні правові умови реалізації приватної ініціативи, сприяти конкуренції, залученню інвестицій та дотриманню законності в країні.

Для визначення конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках доцільно використовувати індекси відносної конкурентоспроможності експорту та імпорту, SWOT-аналіз, аналіз маркетингового середовища, рейтингових оцінок, загальний показник конкурентоспроможності, показники рентабельності та основних показників фінансово-господарської діяльності підприємств.

Для стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств розроблені стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств на зовнішньому ринку шляхом удосконалення механізму регулювання, визначено роль інноваційно-інвестиційних технологій у підвищенні конкурентоспроможності підприємств, сформована європейська модель механізму регулювання.

На сьогодні, в умовах співпраці зі СОТ, підприємства мають змогу підвищити свою конкурентоспроможність як на внутрішньому ринку так і на зовнішньому ринку за допомогою ефективної співпраці та функціонування у світовому просторі за умови ведення ефективної міжнародної діяльності.

Підвищення конкурентоспроможності продукції можна досягти шляхом зниження її собівартості та підвищення якості. Головна перевага стандартної продукції складається в можливості організувати її ефективне виробництво.

В результаті дослідження, запропоновано стратегію підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Застосування запропонованих стратегій розвитку підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках, дають змогу підвищити як їх конкурентоспроможність в цілому, так і кожної її складової.

Системне застосування інновацій є одним з головних чинників здійснення конкурентної політики в підприємствах. Використання інноваційних технологій зберігання продукції позитивно вплине на розвиток підприємств.

Системне застосування інновацій є одним з головних чинників здійснення конкурентної політики в підприємствах. Використання інноваційних технологій зберігання продукції позитивно вплине на розвиток підприємств.

Впровадженню інноваційних розробок сприятиме залучення іноземних інвестицій. Обидва процеси не тільки прискорять внутрішній розвиток, а й покращать конкурентний стан вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, а також сприятимуть виходу на зовнішні ринки та допоможуть сформувати позитивний імідж вітчизняних товаровиробників на них. Адже споживач завжди довіряє більше традиційним способам виробництва. Використовуючи світовий досвід ми не тільки покращимо конкурентні позиції підприємств, а й зможемо претендувати на підкорення іноземної споживацької аудиторії.

Висновки. В умовах посиленіх інтеграційних процесів міжнародного масштабу перед підприємствами постає проблема забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності їх продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Конкурентоспроможність підприємств - це здатність суб'єкта господарювання вивчати попит та пропозицію на ринку, виробляти та реалізовувати товари, які є більш привабливими для споживачів, ніж товари конкурентів. На рівень конкурентоспроможності фірми найважливіший вплив мають науково-технічний рівень і ступінь удосконалювання технології виробництва, використання новітніх винаходів і

відкриттів, впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва.

Поняття стратегії підприємства розглядається як системний механізм реалізації стратегічних цілей фірм, які здебільшого орієнтуються на поліпшення якості продукції порівняно з продукцією конкурентів; збільшення темпів зростання, ніж в середньому по галузі; збільшення частки ринку; проникнення на нові ринки. В умовах активної інтернаціоналізації та проникнення різних суб'єктів господарювання на різноманітні ринки стратегія конкурентоспроможності виділяється як головна місія активнодіючих підприємств.

Для визначення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках доцільно використовувати індекси відносної конкурентоспроможності експорту та імпорту, SWOT-аналіз, аналіз маркетингового середовища, рейтингових оцінок, загальний показник конкурентоспроможності, показники рентабельності та основних показників фінансово-господарської діяльності підприємств підкомплексу.

Анотація. В статті досліджено місце і значення теоретичних і практичних досліджень щодо сутності, видів та факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств на зовнішньому ринку, теоретичних засад регулювання економічної діяльності підприємств, методичних основи оцінювання конкурентоспроможності продукції та активізації діяльності підприємств з урахуванням регуляторної політики. Проаналізовано тенденції розвитку та конкурентоспроможність, вплив важелів регулювання на активізацію діяльності підприємств.

Ключові слова: стратегія, конкурентоспроможність, підприємства, зовнішній ринок, механізм регулювання, інноваційно-інвестиційний механізм.

Аннотация. В статье исследовано место и значение теоретических и практических исследований по сущности, видов и факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий на внешнем рынке, теоретических основ регулирования экономической деятельности предприятий, методических основы оценки конкурентоспособности продукции и активизации деятельности предприятий с учетом регуляторной политики. Проанализированы тенденции развития и конкурентоспособность, влияние рычагов регулирования на активизацию деятельности предприятий.

Ключевые слова: стратегия, конкурентоспособность, предприятия, внешний рынок, механизм регулирования, инновационно-инвестиционный механизм.

Abstract. The article explored the place and importance of theoretical and practical research on the nature, types and factors affecting the competitiveness of enterprises in the international market, the theoretical basis for regulating economic activity, teaching the basics of evaluation competitiveness and revitalization of businesses based regulatory policy. Analyzes trends and competitiveness, leverage effect of regulation on the revitalization of enterprises.

Keywords: strategy, competitiveness, businesses, external market adjustment mechanism, innovation and investment mechanism.

Бібліографічний список використаної літератури

1. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: [монографія] / Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.
2. Андрусак В.М. Шляхи підвищення конкурентоспроможності виробництва зерна круп'яних культур / В.М. Андрусак // Зб. наук. пр. Луганського національного аграрного університету. Матер. міжнар. наук.-практ. конф. – в 3-х томах / За ред. В.Г. Ткачен-ко. – Луганськ: Вид-во “Елтон”, 2002. – №14 (26). – С. 194-196.

3. Огієнко А.В. Фактори і чинники ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності / А.В. Огієнко // Таврійський науковий вісник // Таврійський науковий вісник: Збірник наукових праць ХДАУ. – Вип. 65. – Херсон: Айлант. – 2009. – С. 221-224.

4. Звіт про конкурентоспроможність України 2014. Назустріч економічному зростанню та процвітанню / Фонд «Ефективне управління» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.feg.org.ua>.

5. Оптові та оптово-роздрібні ринки сільськогосподарської продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minagro.gov.ua.

УДК 338.43

Жуйков Г.Є., Лепьохіна О.В.,

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СІЛЬГОСПМАШИНОБУДУВАННЯ

Основою для підвищення ефективності виробництва в АПК є зростання технологічного рівня, впровадження ресурсощадних та екологічно безпечних технологій у землеробстві та тваринництві, застосування виробничих процесів з урахуванням зональних і регіональних особливостей.

Постановка проблеми. Ключовими завданнями у реалізації нових технологічних моделей повинні стати технічне переоснащення і формування спеціалізованих систем сільськогосподарських машин в тісній прив'язці до характеристик і структура аграрного виробництва регіону, з одного боку, з іншого їх широка уніфікованість до умов основних зон ведення вітчизняного сільського господарства. Їх реалізація в своїй основі повинна ґрунтуватися на високій конкурентоздатності (продуктивність, ціновий фактор, захист природного середовища, безпека праці та ін.).

Сучасний стан сільськогосподарського машинобудування в Україні, за яким оцінюється розвиток будь-якої країни на сьогодні вкрай незадовільний. Були періоди (2005-2007 рр.), коли він досягав катастрофічно низьких показників і наближавсь до технологічного колапсу. Тоді ситуацію деяким чином вдалось виправити завдяки покращенню галузевого складу матеріально-технічної бази аграрної сфери, але не завдяки розвитку вітчизняного сільгоспмашинобудування, а через закупку імпоротної техніки, ліцензійної політики і лише часткового виробництва окремих видів сільгосптехніки та технічних засобів, насамперед ґрунтообробних, транспортних та дрібного інвентарю.

Це стало наслідком зниження платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників, що в свою чергу зумовило різкий спад їхньої інвестиційної діяльності, катастрофічне зниження фондозабезпеченості, технічної і енергетичної оснащеності, що перевищує їх оновлення. Виробництво машин та технічного обладнання зменшилось у десятки і сотні разів. На селі інтенсивно проходить процес децентралізації виробництва.

Враховуючи, що вартість сукупних основних засобів підприємств України суттєво зменшилась, тільки в зоні Степу в 2,3 рази, а в основних засобах аграрного сектору економіки зменшується частка засобів праці сільськогосподарського призначення, де облікова вартість машин і обладнання становить лише 14,7%, транспортних засобів інвентарю та інструментів – 9,0%, фондооснащеність одиниці сільськогосподарських угідь зменшилась у 2,3 рази, а фондоозброєність праці – на 31%. Постає об'єктивна необхідність розробки принципово нових наукових підходів до управління сільгоспмашинобудівною галузю і формування нової програми в стратегії її розвитку [2].

Стан вивченості проблеми. Наукові основи розвитку агропромислового виробництва в контексті розміщення продуктивних сил і територіального розміщення машинобудівної індустрії у виді агломерацій, вузлів, сільгоспмашинобудівних систем,