

3. Широке запровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, яке дозволяє проводити глибоку та системну діагностику підприємств готельного та ресторанного бізнесу та галузі в цілому.
4. Підвищення якості наданих послуг і переробка стандартів ISO серії 9000 з метою забезпечення їх взаємозв'язку з конкурентоспроможністю підприємства.
5. Запровадження нових технологій у ділову стратегію підприємств готельно-ресторанного бізнесу (на основі використання мережі Інтернет) з метою просування продуктів та послуг готелів та ресторанів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посіб. / Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. — К. : Кондор-Видавництво, 2012. — 436 с. — Библиогр. : С. 403—407. — ISBN 978-966-351-408-6.
2. Ткаченко Т. І. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / [Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі]. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. — 596 с.
3. Статистичний щорічник України за 2011р [Електронний ресурс] / Держ. служба статистики. — Режим доступу : <http://ukrstat.org>.
4. Грабовенська С. П. Економічний аналіз готельного господарства та динаміка туристичних потоків в Україні / С. П. Грабовенська / Науковий вісник Національного лісотехнічного ун-ту. — 2012. — Вип. 22.1. — С. 214—221.
5. Білоусова О. С. Актуальні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах підготовки до ЄВРО-2012 [Електронний ресурс] / О. С. Белоусова, О. С. Афанас'єва ; Запорізький національний університет. — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/4_1.pdf.
6. Статистичний бюлетень «Мережа підприємств роздрібної торгівлі та ресторанного господарства» [Електронний ресурс] / Держ. служба статистики. — Режим доступу : <http://ukrstat.org>.
7. Іванік О. Л. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу України [Електронний ресурс] / О. Л. Іванік ; Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. — Режим доступу : http://www.rusnauka.com/14_APSN_2008/Economics/32215.doc.htm.
8. Статистичний збірник «Індекси споживчих цін за 2012 рік» [Електронний ресурс] / Держ. служба статистики. — Режим доступу : <http://ukrstat.org>.
9. Статистичний бюлетень «Індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами» за 2012 та 2011 р. [Електронний ресурс] / Держ. служба статистики. — Режим доступу : <http://ukrstat.org>.
10. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання», 2011» [Електронний ресурс] / Держ. служба статистики. — Режим доступу : <http://ukrstat.org>.
11. Украинские гостиницы ждет новый порядок присвоения «звезд» [Электронный ресурс] / Компаньон. — 2013. — 11 март. — Режим доступа : <http://www.companion.ua/articles/content?id=23283>.

УДК 338.512: [658.821:669] (477)

ЕНЕРГОМІСТКІСТЬ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Кисільова І.Ю., к.ф.-м.н., доцент, Бережний М.Г.

Запорізький національний університет

У роботі розглянуто тенденції розвитку сучасного ринку металургійної галузі, а також формування конкурентоспроможності продукції цієї галузі на вітчизняному та світовому ринках збуту. Визначені тенденції, аналіз причинно-наслідкових зв'язків, а також фактори впливу на розвиток металургійної галузі, на прикладі одного зі світових лідерів на ринку феросплавів – підприємства ПАТ «Нікопольський завод феросплавів». Подана характеристика факторів, які вплинули на розвиток конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, основні проблеми, та перспективи подальшого розвитку, а також шляхи їх вирішення.

Ключові слова: конкурентоспроможність, собівартість, енергомісткість, аналіз, ринок.

Кисилева И.Ю., Бережной Н.Г. ЭНЕРГОЕМКОСТЬ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ / Запорожский национальный университет, Украина

В работе рассмотрено – тенденции развития современного рынка металлургической отрасли, а также формирования конкурентоспособности продукции этой отрасли на отечественном и мировом рынках сбыта. Определены тенденции, анализ причинно-следственных связей, а также факторы, влияющие на развитие металлургической отрасли, на примере одного из мировых лидеров на рынке ферросплавов – предприятия ПАО "Никопольский завод ферросплавов". Дана характеристика факторов, которые повлияли на развитие конкурентоспособности отечественных предприятий, основные проблемы и перспективы дальнейшего развития, а также пути их решения.

Ключевые слова: конкурентоспособность, себестоимость, энергоёмкость, анализ, рынок.

Kisileva I., Berezhnyi M. ENERGY CONSUMPTION AS A FACTOR INFLUENCE ON THE COMPETITIVENESS OF METALLURGICAL INDUSTRY PRODUCTS OF UKRAINE / Zaporizhzhya National University, Ukraine

The paper deals with the today's market trends of metallurgical industry, as well as the formation of the competitiveness of this industry in the national and world markets. The trends analysis of causal relationships, and the factors influencing the development of metallurgical industry on the example of one of the world leaders in the market of ferroalloys – PJSC "Nikopol ferroalloys plant" have been defined. The characteristics of factors that influenced the development of the competitiveness of domestic enterprises under the production cost influence, the main problems and prospects of further development as well as their solutions were presented.

Key words: competitiveness, cost, energy intensity, analysis, market.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах ринкової економіки, у зв'язку з процесами глобалізації і розвитком експортно-імпорнтних відносин, все більшої актуальності набуває питання пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції, зокрема за рахунок скорочення її собівартості. В умовах нашої держави це питання набуває стратегічно важливого значення. Так, частка металургії у ВВП України становить близько 38%, у промисловому виробництві – 27,3%, а в експорті – 34,2%.

Головною проблемою при пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції на вітчизняному і на світовому ринках є практична неможливість підвищення її якісних характеристик. Так, якісних показників можна досягти виключно через коригування фізико-хімічних характеристик продукції металургійних підприємств і коригуванням температури в печових агрегатах, а також за рахунок стандартизації і уніфікації продукції.

Враховуючи специфіку металургійної галузі, підвищення конкурентоспроможності продукції є можливим за рахунок скорочення її собівартості. Адже на сучасному етапі розвитку металургійної галузі постійні темпи підвищення цін на енергоресурси і сировину спонукають вітчизняні підприємства до підвищення рівня цін на власну продукцію, що лише призводить до вагомих втрат вітчизняної і світової частки ринку. Так, за підсумками 2011 року, імпорт феросилікомарганцю в Україну зріс до 256,43 тис. тонн, а потреби вітчизняного ринку феросплавів в Україні скоротились з 29,439 млн. тонн у 2010 році, до 18,066 млн. у 2011р. Відповідно частка скоротилася з 79% до 46%, незважаючи на те, що підприємство ПАТ "НЗФ" є одним з лідерів по випуску феросилікомарганцю не лише на вітчизняному, а й світовому ринках.

Така ситуація свідчить про ігнорування існуючої проблеми не лише на державному рівні, а й на рівні окремого підприємства, адже замість розробки інноваційного ресурсо- і енергозбрігаючого обладнання значні кошти вливаються виключно на ремонтні роботи основних фондів підприємства. Саме тому для забезпечення конкурентоспроможності не лише окремого підприємства, а й галузі в цілому, потрібно впровадити комплекс заходів, пов'язаних з розробкою нового інноваційного обладнання, при цьому держава повинна створити максимально сприятливі умови для вирішення цієї проблеми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

На сучасному етапі існує чимало досліджень, присвячених пошуку шляхів зниження собівартості продукції. Але все частіше спостерігається тенденція до розгляду собівартості як специфічної категорії в структурі валового доходу підприємств металургійної галузі.

Дослідженню процесів формування собівартості продукції металургійних підприємств присвячені роботи А. Амоши, Т. Бея, С. Довбня, Т. Келлера, А. Ліманського, В. Сиченко, Р. Вохе, В. Точиліна, Р. Бюхнера, Н. Брюховецкой [1], О. Шубіна, С. Аптекаря, та ін. У цих роботах розглядаються тенденції розвитку підприємств металургійної галузі, проаналізована політика держави в цій сфері, стратегічна та тактична поведінка підприємств – представників галузі, а також перспективи подальшого розвитку металургійної галузі в цілому. Зокрема, у роботі [2] розглядаються цілі та форми реструктуризації металургійних підприємств.

Різноманітні аспекти стратегічного та тактичного управління, а також питання скорочення енергомосткості виробництва металургійної галузі розглянуто в роботах І. Булеєва [3], Л. Варави [4] та ін. Дослідження А. Ільченко, Т. Коритко, Л. Шевельової, Б. Тарасова присвячені теоретичним і практичним проблемам управління витратами металургійного виробництва, проблемам зниження собівартості продукції за рахунок забезпечення економічності виробництва, а також аналізу особливостей формування собівартості і ціноутворення на продукцію металургійних підприємств загалом.

НЕВИРІШЕНІ ЧАСТИНИ ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Незважаючи на значні досягнення у вивченні теоретичних і практичних засад формування собівартості продукції, а також у розробці комплексних заходів її скорочення, науковці недостатньо приділяють увагу ролі держави у сприянні зниженню собівартості продукції, і як наслідок підвищення її конкурентоспроможності, шляхом підтримання інноваційних розробок, а також розробці адекватного механізму формування і регулювання цін на енергоресурси для металургійної галузі.

На сучасному етапі шляхи вирішення цієї проблеми розглядаються на рівні окремого підприємства – як замкненої системи господарювання, а не галузі як цілісної системи міжнародних ринкових відносин. Недостатньо уваги приділяється дослідженню взаємозв'язків експортно-імпортних показників, коливань виробничих процесів, обсягів виробітку і динаміки збутової діяльності на рівні галузі – як цілісного економічного комплексу. Адже відомо, що металургійна галузь суттєво залежить від економічного зростання інших підприємств – споживачів продукції.

Крім того, майже не розглядаються питання розподілу річного темпу виробітку і забезпечення стабільної виробничо-збутової діяльності, що є першим кроком до скорочення енергомосткості підприємства, а як наслідок, до зниження його собівартості. Підсумовуючи сказане, слід зазначити, що вирішення цього питання потребує комплексного підходу, і його розгляд є неефективним лише на рівні окремого підприємства – як суб'єкта економічної діяльності.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є проведення аналізу сучасного стану вітчизняного ринку металургії та аналізу формування собівартості продукції підприємств металургійної галузі, визначення її взаємозв'язків з конкурентоспроможністю підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ СТАТТІ

Для адекватної оцінки конкурентоспроможності підприємств металургійної галузі розглянемо приклад одного з лідерів вітчизняного і світового ринків феросплавів – підприємства ПАТ “НЗФ”. Адже в процесі періоду, що аналізується, відстежується пряма залежність між підприємствами – лідерами ринку, та розвитком металургійної галузі в цілому, саме вони задають тренд подальшого розвитку галузі.

Слід зазначити, що специфічною ознакою цієї проблеми є висока залежність підприємств металургійної галузі один від одного, від виробників та споживачів продукції.

Так, починаючи з 2007 року, у країні відстежується тенденція поступової втрати українського і світового ринків феросплавів за рахунок стрімкого зростання цін на вітчизняну продукцію. Причиною цього є наслідки світової економічної кризи, що призвели до підвищення цін на енергоресурси, і як наслідок збільшення собівартості продукції, не лише металургійних підприємств, а й інших виробників промислової продукції.

Отже, у 2007 році спостерігався приріст цін за всіма основними видами діяльності: видобувної промисловості (127,3%), переробної промисловості (126,2%), виробництва коксу, продуктів нафтопереробки (150,4%), хімічної та нафтохімічної промисловості (117,3%), виробництва іншої неметалевої продукції (129,7%), металургійного виробництва та виробництва готових металевих виробів (122,2%), машинобудування (111,9%), виробництва та розподілення електроенергії, газу, води (120,9%). Тим не менш, незважаючи на скорочення загального обсягу виробництва, за рахунок реалізації продукції з категорії запасів, все ще відстежуються високі показники виробничо-збутової діяльності.

Так, на прикладі ПАТ “НЗФ” чітко відстежується тенденція до нарощування обсягів випуску продукції до 2007 року. Отже, у 2007 році підприємство збільшило обсяги виробництва силікомарганця на 22,3%, до 768,1 тис. тонн, феромарганця – на 4,5%, до 272,2 тис. тонн.

Якщо враховувати, що максимальна виробнича потужність підприємства становить 1200 тис. тонн феросплавів на рік, то ступінь використання обладнання по основних видах продукції становив: MnC7 (феросиліцій) – 81,6%, FMn – 78(феромарганець) – 89,2%, FMn – 88(феромарганець) – 92,1% (рис. 1).

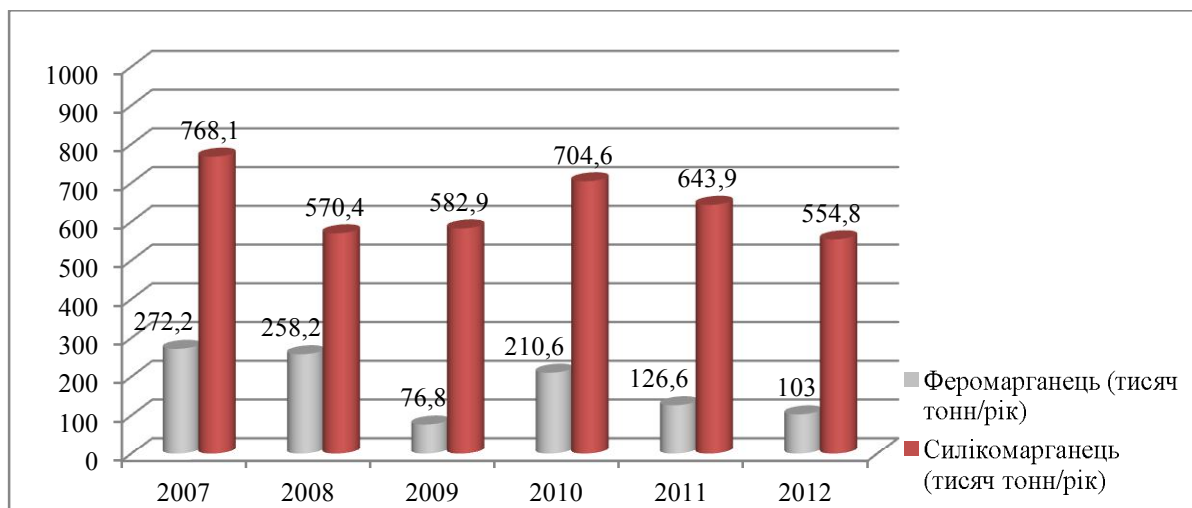


Рис. 1. Тенденція випуску основної продукції ПАТ «НЗФ» 2007-2012 рр.

Слід зазначити, що високі обсяги виробітку продукції стосуються й інших підприємств вітчизняного ринку феросплавів. Так, усього було вироблено 1795,1 тис. тонн продукції, з них експортовано 1216,2 тис. тонн, а частка імпорту складала всього 63,2 тис. тонн. Порівняно з 2006 роком експорт феросплавів зріс на 1,5%, або на 18,37 тис. тонн (рис. 2) [5].

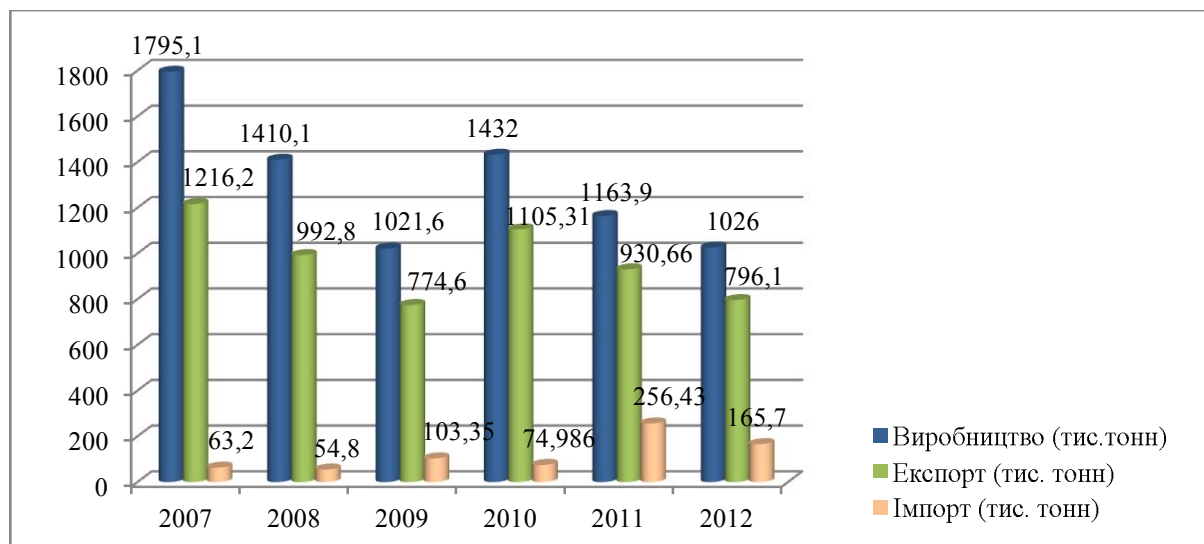


Рис. 2. Структура ринку феросплавів України 2007–2012 рр.

При цьому впродовж періоду з 2007 по 2009 років імпорт феросплавів був незначним і не перевищував 10% у загальному обсязі використання феросплавів металургійними підприємствами країни.

Починаючи з 2009 року, відбувається значний притік імпортованих феросплавів; за підсумками першого півріччя він перевищив 50%, а за підсумками року рівень використання потужностей знизився до мінімального показника за останні десять років – до 45%.

При цьому впродовж 2008-2009 років ціни імпорту зменшилися на 38% і стали нижчими за ціни українських виробників. А споживання цього виду продукції в Україні за цей період зменшилося на 59%. Це призвело до того, що обсяги виробництва цих товарів вітчизняними виробниками скоротилися на 15%, обсяги продажу на внутрішньому ринку – на 67%, а залишки продукції на складах виростили на 45%. За підсумками року частка імпорту збільшилася на 48,55 тис. тонн.

Що стосується загальної ситуації на ринку феросплавів, то на відміну від вітчизняних товаровиробників, на підприємствах Росії і Європи зберігалася стійка тенденція до планомірного зниження цін на феросплави. Саме в цей період гостро постає питання щодо забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, і ключову роль відіграє пошук шляхів зменшення енергомосткості продукції [6].

Так, ціна на електроенергію з 2006 року збільшилась у три рази. Середньомісячне подорожчання електроенергії за 2011 рік при нормальних обсягах виробництва коштувало ПАТ «НЗФ» 19 мільйонів 400 тисяч гривень на місяць. Це трохи менше за половину фонду оплати праці. Для порівняння: тариф на електроенергію для феросплавного заводу в Казахстані – 20 доларів за 1000 кіловат – год, у Китаї – 51, у

Росії – 52, а в Україні – 84. У свою чергу частка витрат на електроенергію на даному етапі складала 50% у загальній структурі собівартості підприємства ПАТ «НЗФ» (рис. 3).

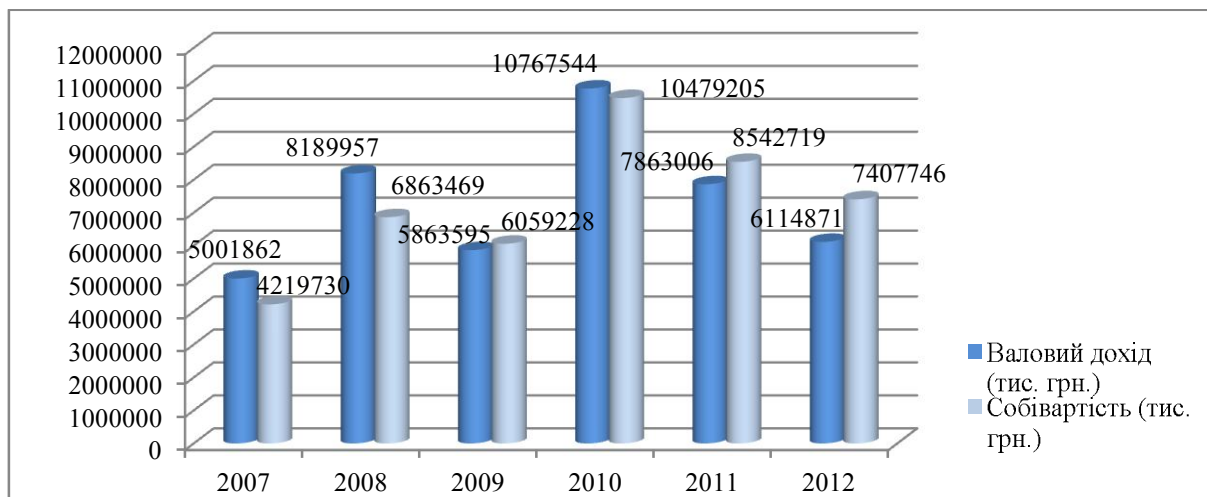


Рис. 3. Динаміка собівартості в структурі валової доходності 2007–2012 рр. на прикладі ПАТ «НЗФ»

Таке становище не є винятком і для інших вітчизняних підприємств. Протягом 2010 року тариф на електроенергію для промислових підприємств збільшився на 30,9%, у 2011 році – на 21,4%, а у 2012 році – на 10,8% [7]. Наприклад, вартість на електроенергію для ПАТ «НЗФ» у 2011 році знаходилась на рівні 92 доларів за МВт/год., при тому, що на початку 2010 року вона складала 50 доларів. Це призвело до того, що у 2011 році підприємство скоротило обсяг виробництва феросплавів на 29,25% проти 2010 року.

За 2011 рік заводи країни зменшили виробництво феросплавів у порівнянні з 2010 роком – до 1163,9 тис. тонн. Зокрема, випуск силікомарганцю знизився на 10,3% – до 843,5 тис. тонн, феромарганцю – на 35,6%, до 180,5 тис. тонн, феросиліцію – на 22,8%, до 150,9 тис. тонн, марганцю металевого – на 10,2%, до 14,1 тис. тонн. У 2012 році 1 МВт/год. коштував феросплавним заводам 93 дол., тоді як їхні закордонні конкуренти купують електроенергію по 20-65 дол. Отже, загальна ситуація виглядає так – СЗФ: в 2010 році – чистий прибуток 5,542 млн. грн., у 2011 році – чистий збиток 235,161 млн. грн. ЗЗФ: в 2010 році – чистий прибуток в 105,413 млн. грн., у 2011 році – чистий збиток у 758,920 млн. грн. (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка чистого прибутку/збитку ПАТ «НЗФ» 2007–2012рр.

Рік	Чистий прибуток/збиток підприємства на кінець року
2007	+3,030 млн. грн.
2008	-1268,820 млн. грн.
2009	-1076,246 млн. грн.
2010	-1491,440 млн. грн.
2011	-2810,811 млн. грн.
2012	1488,021 млн. грн.

У свою чергу у 2012 р. простежувалась тенденція до збільшення вартості електроенергії, це призвело до того, що підприємство ПАТ «НЗФ» було вимушене зупинити 5 з 16 феросплавних печей, а запланований обсяг виробництва скоротився на 60%. Слід зазначити, що станом на 2013 р. енергоресурси в структурі собівартості підприємства ПАТ «НЗФ» складають 34%.

Зауважимо, що тільки за 4 місяці 2013 року вартість електроенергії для ПАТ «НЗФ» зросла на 6,78% і становить 99 дол. за 1 МВт. год. При цьому за рахунок високої залежності підприємства від стану металургійної галузі в цілому, попит на продукцію НЗФ знижується через падіння виробництва сталі українськими металургійними підприємствами та підвищення собівартості продукції, через збільшення вартості електроенергії. Так, у разі повної зупинки лише Нікопольського заводу феросплавів, державний бюджет буде щорічно недоотримувати близько 250 млн. грн., і додатково витратити понад 190 млн. грн. у вигляді виплат допомоги з безробіття.

ВИСНОВКИ

На сучасному етапі Україна є одним з лідерів світового виробництва феросплавів, і металургійна галузь вже давно має стратегічно важливе значення в розвитку економіки нашої держави, оскільки 75% продукції постачається на експорт. При цьому, специфічною особливістю при формуванні попиту на вітчизняну продукцію є висока залежність підприємств металургії один від одного.

Отже, протягом періоду, що аналізується, чітко видно, що головною причиною втрати конкурентоспроможності продукції є її висока собівартість, при цьому витрати на енергоресурси складають близько 50%.

Тож надалі відзначатиметься тенденція до падіння внутрішнього виробництва феросплавів, поступаючись місцем зарубіжній продукції. Це призведе до дестабілізації виробничих процесів, повної або часткової зупинки виробництва, що неприпустимо в умовах функціонування металургійних підприємств, оскільки для підтримання відповідного температурного режиму потрібні значні затрати енергоресурсів, а на відновлення виробництва після періоду простою може знадобитися від 2 до 6 місяців.

Подальше ігнорування державою цієї проблеми призведе до повної втрати світової і вітчизняної частки ринку, а постійне підвищення цін на енергоресурси – до формування штучної втрати конкурентоспроможності вітчизняних підприємств і відсутності попиту на цю продукцію.

Тому вже сьогодні потрібно розробляти комплекс заходів щодо подолання негативних тенденцій у металургійній галузі не лише на рівні окремого підприємства – як суб'єкта економічної діяльності, а й на загальнодержавному рівні.

З боку держави потрібно:

- розробити адекватний механізм становлення цін на енергоресурси для підприємств металургійної галузі;
- забезпечити регулювання експортно-імпортних відносин;
- розробити механізм активної підтримки проектів енергозбереження;
- створити умови розвитку наукового потенціалу шляхом введення податкових пільг, а також інвестиційно-інноваційного потенціалу галузі;

З боку підприємств потрібно:

- здійснювати перехід до альтернативних джерел палива таких як доменний, конвертерний, коксовий і форогаз, це принесе вигоду не тільки від економії природного газу, а й від продажу квот на викиди парникових газів;
- приділяти активну увагу щодо розподілу річних темпів виробітку продукції з метою усунення ризику простою підприємства, цього можна досягти шляхом укладання контрактів за цінами, нижчими за ринкові, на довгострокову перспективу;
- на короткострокову і середньострокову перспективи сконцентрувати увагу, перш за все, на утриманні вітчизняної і світової частки ринку, а не на її розширенні;
- направити інвестиційну діяльність не на реконструкцію основних фондів, а на розробку інноваційного обладнання – працюючого на якісно новому рівні.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що вирішення цього питання потребує комплексного підходу, і лише так можна досягти підвищення економічного зростання не лише на рівні окремого підприємства, а й галузі в цілому. Це забезпечить підвищення конкурентоспроможності і на вітчизняному, і світовому ринках металургії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Механизм хозяйствования предприятий и объединений трансформационной экономики : монография / [И. П. Булеев, Н. Д. Прокопенко, Н. Е. Брюховецкая и др.]. — Донецк : ИЭП НАН Украины, 2007. — 526 с.
2. Бень Т. Г. Цілі та форми реструктуризації металургійних підприємств / Т. Г. Бень, С. Б. Довбня // *Металургическая и горнорудная промышленность*. — 2001. — № 2. — С. 100—102.
3. Булеев И. П. Стратегия развития предприятия в условиях риска / И. П. Булеев, Т. Ю. Корытко // *Прометей*. — 2005. — № 1. — С. 147—150.
4. Варава Л. Н. Стратегическое управление в горнодобывающей промышленности: на примере предприятий железорудной подотрасли Украины / Л. Н. Варава. — Донецк : ИЭП НАН Украины, 2002. — 363 с.
5. В октябре экспорт ферросплавов сократился на 33% [Электронный ресурс] / ТОВ “Фрідман – Україна”. — Режим доступа : <http://friedman.com.ua/ru/articles/show/3302>.
6. Імпорт феросплавів до України збільшився вдвічі через високі внутрішні ціни на них [Електронний ресурс] / Український союз промисловців і підприємців. — Режим доступу : <http://www.uspp.org.ua/news/796.import-ferosplaviv-do-ukraini-zbilshivsia-vdvichi-cherез-visoki-vnutrishni-cini-na-nikh.htm>.
7. З 1 грудня зупиняють своє виробництво два феросплавні заводи – 33Ф і С3Ф [Електронний ресурс] / Новини NEWSru.ua. — Режим доступу : <http://www.newsru.ua/finance/03dec2012/zvff.html>.

8. Коломойський не зміг до кінця монополізувати ринок феросплавів [Електронний ресурс] / Економічна правда. — Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news/2010/12/27/263806/>.
9. Офіційний сайт ПАТ “НЗФ” [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://nzf.com.ua/Ua/Default.aspx?sect=main>.

УДК 229.138.15

ТОВАР ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Корінев В.Л., д.е.н., професор, Ащанулов В.В., аспірант

Класичний приватний університет

У статті досліджено особливості використання товару як одного із різновидів маркетингового інструментарію при формуванні та реалізації маркетингової стратегії підприємства та визначена його роль у даному процесі. Проведено дослідження взаємозв'язку між товарною та маркетинговою стратегіями на вітчизняному підприємстві. Запропоновано підхід до обґрунтованого вибору маркетингових стратегій на різних стадіях життєвого циклу продукції підприємства при її реалізації на ринку.

Ключові слова: маркетингова стратегія, товар, інструмент маркетингу, життєвий цикл товару, ринок, підприємство.

Корінев В.Л., Ащанулов В.В. ТОВАР КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ / Классический приватный университет, Украина

В статье исследованы особенности использования товара как одной из разновидностей маркетингового инструментария при формировании и реализации маркетинговой стратегии предприятия и определена его роль в данном процессе. Проведено исследование взаимосвязи между товарной и маркетинговой стратегиями на отечественном предприятии. Предложен подход к обоснованному выбору маркетинговых стратегий на разных стадиях жизненного цикла продукции предприятия при ее реализации на рынке.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, товар, инструмент маркетинга, жизненный цикл товара, рынок, предприятие.

Koriniev V.L., Ashauylov V.V. COMMODITY AS INSTRUMENT OF MARKETING STRATEGY OF ENTERPRISE / Classic private university, Ukraine

In the article the features of the use of commodity are investigational as one of varieties of marketing tool at forming and realization of marketing strategy of enterprise and his role is certain in given process. Research of intercommunication is conducted between commodity and marketing strategies on a domestic enterprise. Approach is offered to the grounded choice of marketing strategies on the different stages of life cycle of products of enterprise during its realization at the market.

Key words: marketing strategy, commodity, marketing instrument, life cycle of commodity, market, enterprise.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Товар відіграє одну з ключових ролей у здійсненні комерційної та маркетингової діяльності підприємств на ринку. Він являє собою продукцію підприємства на ринку, що користується попитом при її реалізації. Відповідно, він визначає дії підприємства, які направлені на забезпечення потреб споживачів у цій продукції, а також на досягнення економічної ефективності маркетингової діяльності підприємства при здійсненні її збуту.

Умови ринкової економіки суттєво змінили характеристики маркетингового середовища та механізми реалізації продукції вітчизняними підприємствами на конкурентному ринку. У сучасних економічних умовах принципового значення набуває здатність суб'єктів вітчизняної економіки забезпечувати високу економічну ефективність збуту продукції в довгостроковому періоді. Складність виконання такого завдання обумовлена високим ступенем мінливості станів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Тому актуальним є вдосконалення процесу формування та реалізації маркетингової стратегії з урахуванням особливостей використання товару як важливої складової маркетингового інструментарію при реалізації продукції підприємства в умовах вітчизняного ринку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І РЕЗУЛЬТАТІВ

Процес реалізації продукції підприємств на ринку в довгостроковій перспективі з використанням різноманітних підходів до підвищення його ефективності як об'єкт маркетингу є предметом багатолітніх