

science, education, production and transport, 2016. – Режим доступу: www.sworld.com.ua/konfer45/60.pdf

2. Новіков В.С. Інновації в туризмі [Електронний ресурс] / В.С. Новіков – Режим доступу: <http://www.infotour.in.ua/novikov.htm>

3. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д. І. Басюк // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2012. – № 45. – С. 128–132.

4. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Підручник. / Х. Й. Роглев. – К.: Кондор, 2009. – 408 с.

5. Кравець О.М., Половинка В.А. Писаревський І.М. Впровадження інноваційних технологій мобільного маркетингу в комплекс просування санаторно-курортних послуг [Електронний ресурс] / О.М. Кравець, В.А. Половинка, І.М. Писаревський. – Харків: ХНАМГ, 2015. – Режим доступу: www.ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/viewFile/.../1174

6. Фурманек М. Нові форми оздоровчого туризму / М. Фурманек // Вісник Львів. ун-ту. – Серія «Міжнародні відносини». – 2008. – Вип. 24. – С.359–366.

7. Вахович І.М. Малімон В.В. Регіональні ринки медичного туризму: особливості формування та розвитку в Україні [монографія] // І.М. Вахович, В.В. Малімон. – Луцьк: «Волиньполіграф», 2013. – 255 с.

8. Свелеба Н.А. Актуальні проблеми туристичного бізнесу в умовах динамічних змін ринкового середовища / Н.А. Свелеба, М.М. Бігус // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19 (8). – С.122–126.

9. «Умный дом»: прихоть богатых или необходимость для качественной жизни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://100realty.ua/articles/13133>

10. Оптимізація енерговитрат у готелях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://remont.ugu.pl/bud-remont-2012-12-01-22242/>

11. Система «Розумний дім» для готелю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rozum-domu.at.ua/publ/sistema_rozumnij_dim_dlja_gotelju/1-1-0-288

12. Керування розумним будинком [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hi-fi.lviv.ua/ua/category/5/keruvannya-budynkom>

УДК 339.137.22

В.Д. МУСИЄНКО,
к.т.н., доцент, Криворізький економічний інститут
«Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана»
А.І. БОГАЙЧУК,
студентка, Криворізький економічний інститут
«Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана»

Вплив конкурентних переваг на можливий прибуток підприємства

Розраховано показники конкурентоспроможності для групи металургійних підприємств. Визначено інтегральний показник конкурентоспроможності групи металургійних підприємств, найвпливовіші фактори на рівень конкурентоспроможності підприємств. Досліджено найвпливовіші фактори на рівень КП.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, конкурентна перевага, чинник конкурентної переваги, інноваційний розвиток, металургійні підприємства, тенденції металургії, інтегральний показник, економічний потенціал.

В.Д. МУСИЄНКО,
к.т.н., доцент, Криворожский экономический институт
«Киевского национального экономического университета имени Вадима Гетьмана»
А.И. БОГАЙЧУК,
студентка, Криворожский экономический институт
«Киевского национального экономического университета имени Вадима Гетьмана»

Влияние конкурентных преимуществ на возможную прибыль предприятия

Рассчитаны показатели конкурентоспособности для группы металлургических предприятий. Определено интегральный показатель конкурентоспособности группы металлургических предприятий, влияющие факторы на уровень конкурентоспособности предприятий. Исследованы самые влияющие факторы на уровень КП.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, конкурентное преимущество, фактор конкурентного преимущества инновационное развитие, металлургические предприятия, тенденции металлургии, интегральный показатель, экономический потенциал.

V. MUSIENKO,
Ph.D., associate professor of Kryvyi Rih Economic Institute
of Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman
A. BOGAICHUK,
students of Kryvyi Rih Economic Institute
of Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman

The effect of competitive advantages on the potential profit of the enterprise

Calculated indicators of competitiveness for the group's metallurgical enterprises. Defined by the integral indicator of competitiveness of a group of metallurgical enterprises, influential factors on the level of competitiveness of enterprises. Researched the most influential factors on the level of KP.

Keywords: competitiveness, enterprise competitiveness, competitive advantage, factor of competitive advantage of innovative development metallurgical enterprise, trends in the industry, integral indicator of economic potential.

Постановка проблеми. В сучасних умовах ні для кого не є секретом той факт, що прибуток підприємства напряму залежить від конкурентних переваг тієї чи іншої компанії. Однією з причин цього є висока конкуренція і фактично дуже мала частина компаній-монополій, які тримали б більшу частину ринку в одних руках.

Конкуренція та її грамотне регулювання на даному етапі є дуже важливими для України, так як чим більше конкурентів, тим нижче ціна товару або послуги. Прибуток безлічі компаній падає із-за цього, адже якісний товар не може бути дешевим (в більшості випадків), а перехід на більш дешеву сировину і, відповідно, виробництво більш дешевої продукції може призвести до втрати довіри до бренду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням впливу конкурентних переваг і співвідношення їх з прибутком займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені як М. Портер [5]; [6], І. Ансофф [3], С. Р. Светуцьков [7], Р. Минитер [4], А.А. Літвінов [7] і багато інших. Однак, змінюються умови життя і в кризовий час потрібні нові дії, що і зумовило актуальність даної теми.

Мета статті. Згідно з традиційним поняттям теорії фірми і теорії ринків, максимізація прибутку є основною метою підприємства. Тому підприємство повинно обрати таку політику, щоб збільшити обсяг продукції і завдяки цьому досягти максимального прибутку в кожному періоді збуту продукції. [7]

Вклад основного матеріалу. Сьогоднішня металургійна галузь України представлена не-

великою кількістю промислових підприємств, що, як правило, функціонують на іноземному капіталі. Галузь представляють як великі комбінати (ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» – АМКР, ПАТ «Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча» – ММК, ПАТ «Запорізький металургійний комбінат «Запоріжсталь» – ЗМК), що мають тривалий цикл виробництва, так і невеликі за масштабами діяльності підприємства, які працюють на закупній сировині і виготовляють спеціалізовану продукцію (ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод» – ІНТЗ). До тенденцій розвитку галузі можна віднести суттєву різницю в техніко-технологічній базі (наявна як застаріла, так і передова), загальний спад виробництва під впливом макрочинників, відток іноземного капіталу, який міг бути вкладений у виробництво, тотальну проблему з працевлаштуванням на підприємствах, скорочення робочої сили та ін. [2]

Для аналізу конкурентоспроможності у металургійній галузі було обрано групу з чотирьох металургійних підприємств. До неї ввійшли як промислові гіганти (ПАТ «АМКР», ПАТ «ММК», ПАТ «ЗМК»), так і невеликі вузько спеціалізовані підприємства (ПАТ «ІНТЗ»).

З метою дослідження інтенсивності конкуренції в галузі нами було розраховано індекси Херфіндаля-Хіршмана (табл. 1). $IXH < 0,4$ – можна стверджувати, що за розрахованим індексом ринок металургії є нестабільним, а конкуренція досить високою. Під час розрахунку IXH було також визначено частки підприємств на ринку по роках.

Таблиця 1. Розрахунок індексу Херфіндаля–Хіршмана групи металургійних підприємств України за 2012–2016 рр.

Підприємство	Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	Ринкова частка, (S _i)	ІНН _i
1	2	3	4
ПАТ «АМКР»			
2012 р.	28358475,4	0,3944	
2013 р.	27839894,5	0,4087	
2014 р.	36207481,2	0,4104	
2015 р.	42952131	0,4413	
2016 р.	51101155,3	0,4323	
ПрАТ «ММК»			
2012 р.	23487874,7	0,3267	
2013 р.	22792039	0,3346	
2014 р.	27215910	0,3085	
2015 р.	29498475	0,3031	
2016 р.	34345602	0,2905	
ПАТ «ЗМК»			
2012 р.	13366734	0,1859	
2013 р.	12006640,2	0,1762	
2014 р.	19714757	0,2235	
2015 р.	19714757	0,2026	
2016 р.	28498108,76	0,2411	
ПАТ «ІНТЗ»			
2012 р.	6687476	0,0930	
2013 р.	5484610	0,0805	
2014 р.	5080381	0,0576	
2015 р.	5166529	0,0531	
2016 р.	4272759	0,0361	
Всього			
2012 р.	71900560,1	1	0,3055
2013 р.	68123183,7	1	0,3165
2014 р.	88218529,2	1	0,3169
2015 р.	97331892	1	0,3304
2016 р.	118217625,1	1	0,3307

Тож, за обсягами продажів станом на 2016 рік виділяємо двох лідерів: АМКР та ММК. В той час як ІНТЗ виступає аутсайдером, а ЗМК має середні позиції.

Пріоритетним методом оцінки конкурентоспроможності групи обраних підприємств обрано інтегральний метод. Згідно якого нами було обраховано інтегральний показник конкурентоспроможності (табл. 2).

Динаміку зміни даного показника можна побачити на рис. 1. Згідно розрахованих інтегральних показників можна зробити висновок, що в 2012 році лідером серед групи підприємств стало ПАТ «АМКР», аутсайдером стало ПАТ «ЗМК». В 2013 році лідером групи стало ПАТ «АМКР», аутсайдером стало ПАТ «ІНТЗ». В 2014 ро-

ці ситуація дещо змінилась, а тому лідером стало ПрАТ «ММК», аутсайдером стало ПАТ «ІНТЗ». У 2015–2016 рр. лідером серед групи підприємств за інтегральним показником конкурентоспроможності виступало ПАТ «АМКР». Тож, найгірші позиції має ПАТ «ІНТЗ», але, зважаючи на розміри даного підприємства, можна стверджувати, що воно має суттєвий потенціал до конкурентування. Найліпші позиції має ПАТ «АМКР» за рахунок ефективної маркетингової діяльності та гарного фінансового стану. Наступним за лідером позицію займає ПрАТ «ММК».

Проведений кореляційний аналіз у середовищі Excel впливу факторів на інтегральний показник виявив найбільш впливовим критерій фінансового стану та конкурентоспроможності продукції

Таблиця 2. Інтегральний показник конкурентоспроможності групи підприємств металургійної галузі України 2012–2016 рр.

Показник		ПАТ «АМКР»	ПрАТ«ММК»	ПАТ «ЗМК»	ПАТ «ІНТЗ»
1	2	3	4	5	6
Узагальнений критерій ефективності виробничої діяльності	2012 р.	7,05	11	9,5	11,4
	2013 р.	8,6	11	9,5	11,4
	2014 р.	7,05	10,05	12,95	7,95
	2015 р.	9,05	10,05	12,95	10,9
	2016 р.	9,05	10,05	12,95	7,95
Критерій фінансового стану	2012 р.	11,45	7,45	6,5	12,05
	2013 р.	14,25	6,75	7,5	8,25
	2014 р.	14,25	10	8,95	6,8
	2015 р.	14,25	8,2	8,95	6,8
	2016 р.	14,25	10	8,95	6,8
Критерій ефективності маркетингової діяльності	2012 р.	9,7	6,8	8,35	15,15
	2013 р.	9,3	9,3	9,35	11,65
	2014 р.	10,05	6,8	11,55	8,3
	2015 р.	10,1	6,1	13	13,05
	2016 р.	11,55	6,8	13,7	6,9
Критерій конкурентоспроможності продукції	2012 р.	15	15	10	5
	2013 р.	15	15	10	5
	2014 р.	10	15	5	5
	2015 р.	10	15	5	5
	2016 р.	10	15	5	5
Інтегральний показник конкурентоспроможності	2012 р.	11,559	10,3245	8,5305	10,339
	2013 р.	12,5115	10,6965	9,0505	8,432
	2014 р.	10,8015	10,9215	8,8445	6,7235
	2015 р.	11,113	10,2385	9,178	8,2585
	2016 р.	11,4465	10,9215	9,339	6,4015
Ранжування підприємств за рівнем конкурентоспроможності	2012 р.	1	3	4	2
	2013 р.	1	2	3	4
	2014 р.	2	1	3	4
	2015 р.	1	2	3	4
	2016 р.	1	2	3	4

(+0,74, +0,72 прямиї вплив). Тож, підприємства мають працювати пріоритетно над покращенням фінансового стану та підвищенням конкурентоспроможності власної продукції, адже її вплив на загальну конкурентоспроможність суттєвий.

Проведений кореляційний аналіз у середовищі Excel впливу факторів на інтегральний показник виявив найбільш впливовим критерій фінансового стану та конкурентоспроможності продукції (+0,74, +0,72 прямиї вплив). Тож, підприємства мають працювати пріоритетно над покращенням фінансового стану та підвищенням конкурентоспроможності власної продукції, адже її вплив на загальну конкурентоспроможність суттєвий.

На основі первинних показників конкурентоспроможності було розраховано індекси за осно-

вою методики, що передбачає виділення факторів стимуляторів та дестимуляторів. Графічну інтерпретацію (паутиноподібну модель) результату подано на рис. 2. за 2016 рік.

Аналіз рівня конкурентоспроможності групи металургійних підприємств дозволив нам різнопланово побачити картину на ринку. Деякі методи, на жаль, не враховували розмір підприємства, але це певним чином нівелювалося іншими методами. Тому в цілому ситуація наступна: найбільше лідером групи виступав «АМКР» (інтегральна та рангова оцінка), що ілюструє і в тому числі частка підприємства на ринку. Але дещо негативні тенденції показав коефіцієнт життєздатності, за яким найбільш «життєздатним» виявився «ІНТЗ», в той час як більшість мала середній рівень, та навіть низький.

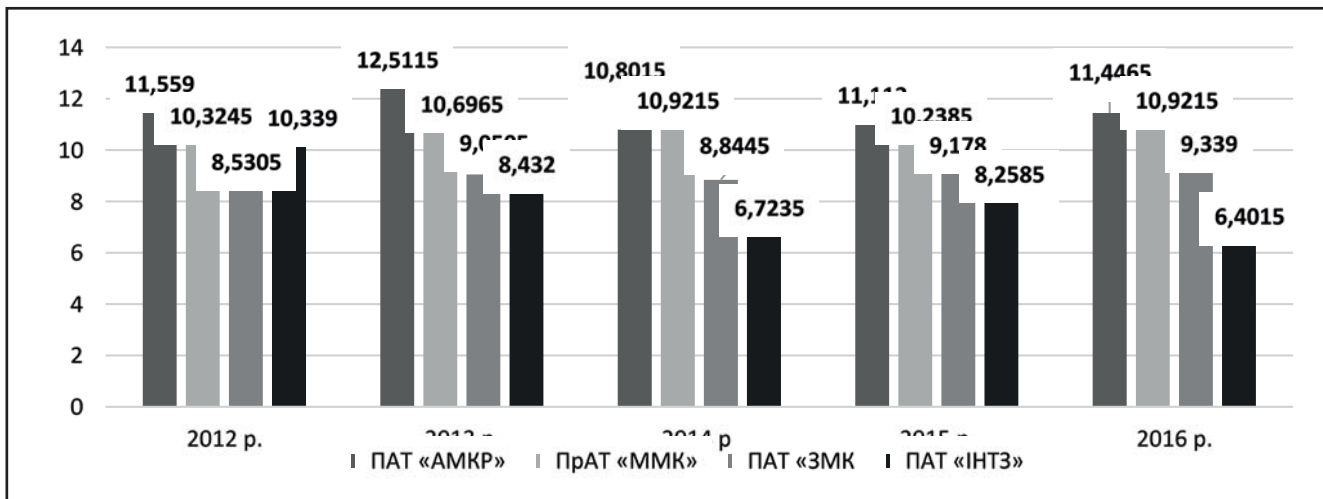


Рисунок 1. Динаміка інтегральних показників конкурентоспроможності групи металургійних підприємств України за 2012–2016 рр.

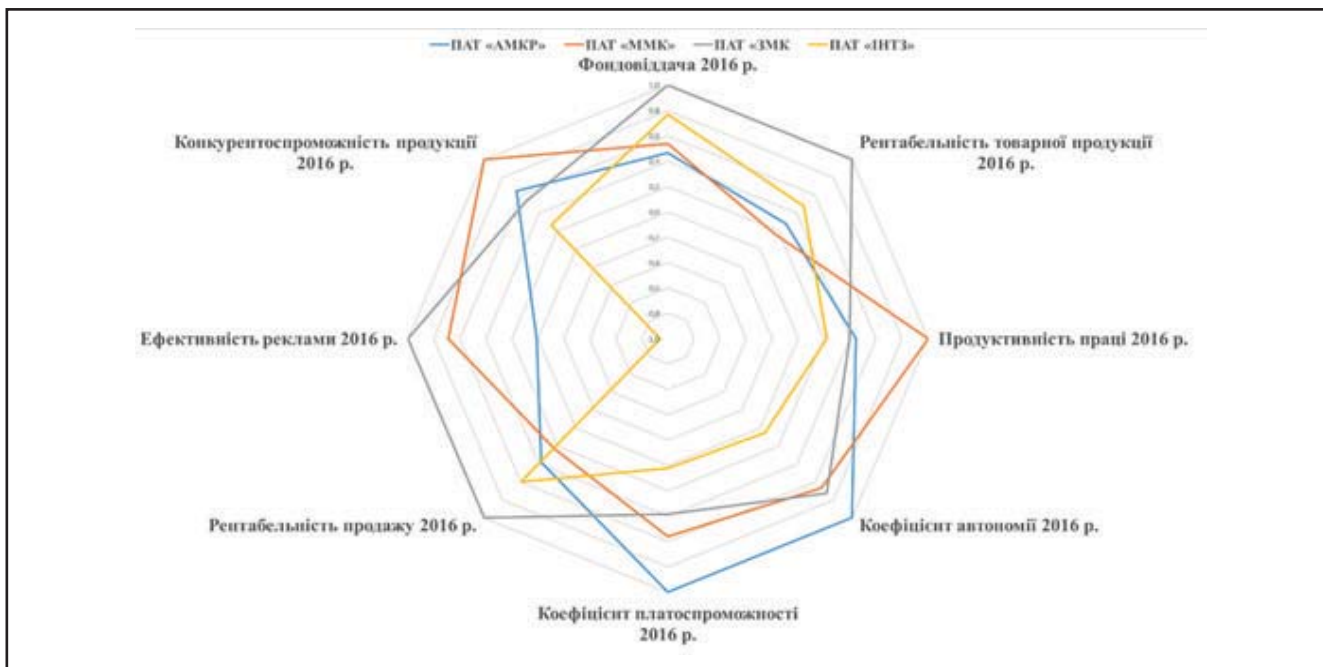


Рисунок 2. Багатокутник конкурентоспроможності групи металургійних підприємств в 2016 р.

Для частини підприємств, безумовно, неможливо з тих чи інших причин застосування диференційованого маркетингу, в такому випадку нами пропонується стратегія концентрованого маркетингу. Вона передбачає, що підприємство концентрує свої зусилля на одному або декількох нечисленних сегментах ринку і пропонує товари в розрахунок на задоволення потреб саме цих груп покупців. Лідерство в специфічному сегменті досягається через низькі витрати і ціни або унікальність товару, або того й іншого разом. Ця стратегія підходить підприємствам, що завоювали любов покупців завдяки одному або кількох товарів і пізнаваному бренду. [3, с.192]

Таким чином, навіть у нелегкий час для національної економіки та вітчизняного виробництва можливо знайти способи підвищення конкурентних переваг і збереження частки на ринку, а так само і її збільшення. Для виконання цієї місії необхідно провести грамотну стратегічну політику, що під силу добре навченому фахівцеві.

Висновки

Отже, визначено конкурентоспроможність групи металургійних підприємств (лідером галузі виступає ПАТ «АМКР»). Результатом проведення методик і вихідної інформації є проблема врахування інноваційного фактору при досліджен-

ні КП. Проаналізовано інноваційну активність в Україні, згідно якої знижено виробництво інноваційної продукції, питома вага новаторів зменшилась, збільшилась частка іноземних інновацій, закуплених в Україні. Досліджено найвпливовіші фактори на рівень КП.

Для частини підприємств, безумовно, неможливо з тих чи інших причин застосування диференційованого маркетингу, в такому випадку нами пропонується стратегія концентровано-го маркетингу. Вона передбачає, що підприємство концентрує свої зусилля на одному або декількох нечисленних сегментах ринку і пропонує товари в розрахунок на задоволення потреб саме цих груп покупців. Лідерство в специфічному сегменті досягається через низькі витрати і ціни або унікальність товару, або того й іншого разом. Ця стратегія підходить підприємствам, що завоювали любов покупців завдяки одному або кількох товарів і пізнаваному бренду.

Таким чином, навіть у нелегкий час для національної економіки та вітчизняного виробництва можливо знайти способи підвищення конкурентних переваг і збереження частки на ринку, а так

само і її збільшення. Для виконання цієї місії необхідно провести грамотну стратегічну політику, що під силу добре навченому фахівцеві.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. / Електронний ресурс. – Режим доступу : [http://www.ukrstat.gov.ua].
2. Левицька А.О. Визначення категорії «конкурентоспроможність підприємства» як цільової функції його розвитку / А. О. Левицька // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 5. – С. 184–188.
3. Ансофф І. Стратегічне управління: Пров. з англ. – М: Економіка, 1989. – 420 с.
4. Минитер Р. Міф про частку ринку. – М: ТОВ «Видавництво «Добра книга», 2003. – 176 с.
5. Портер М. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей і конкурентів. Пер. з англ. – 3-є изд. – М: Альпина Бізнес Букс, 2007. – 453 с.
6. Портер М. Конкуренція / М. Портер: пер. з англ. – М.: Издат. «Вільямс», 2001. – 295 с.
7. Светульников Ц. Р., Литвинов А. А. Конкуренція і підприємницькі рішення. – Ульяновськ, Видавництво «Корпорація технологій просування», 2000. – 256 с.

А.С. ІВАНЧЕНКО,
студентка, Національний університет харчових технологій

Ю.Г. ЛЕВЧЕНКО,
к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій

Стан та тенденції розвитку молочної промисловості в Україні

У статті досліджено сучасний стан, проблеми розвитку молочного ринку у реальних умовах економіки. Проаналізовано динаміку обсягів виробництва молока за категоріями господарств, закупівельних цін на сировину. Виявлено зміни в структурі та обсягах виробництва, цінах основних видів молочних продуктів. Розглянуто структуру і напрямки експорту та імпорту продукції молочної промисловості. Окреслено основні тенденції попиту та перспективи подальшого розвитку ринку молочних продуктів в Україні.

Ключові слова: молочна промисловість, якість сировини, виробництво молока, закупівельні ціни на молоко, динаміка виробництва молочної продукції, експорт, імпорт.

А.С. ІВАНЧЕНКО,
студентка, Национальный университет пищевых технологий

Ю.Г. ЛЕВЧЕНКО,
к.э.н., доцент, Национальный университет пищевых технологий

Состояние и тенденции развития молочной промышленности в Украине

В статье исследовано современное состояние, проблемы развития молочного рынка в реальных условиях экономики. Проанализирована динамика объемов производства молока по категориям хозяйств, закупочных цен на сырье. Выявлены изменения в структуре и объемах производства,