

Сучасні проблеми економіки та підприємництво. Випуск 11, 2013

The author gives grounds for the prospective areas of research and practical application of innovative management projects for further development of the tourism sector of the national economy.

Keywords: tourism, tourism businesses, tourist product, tourist traffic, tourism resources, tourism infrastructure.

Хринюк О.С.

доцент НТУУ «КПІ»

Карпова М.І.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ЗАЛЕЖНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІД УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

У статті подано деякі тлумачення конкурентоспроможності, обґрунтовано залежність конкурентоспроможності продукції від її ціни та собівартості, а також від управління витратами. Дано характеристику складу витрат та представлено структуру управління витратами.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ціна, собівартість, управління витратами.

Вступ. Конкурентоспроможність підприємства, з точки зору виробника, залежить перш за все від співвідношення ціни і якості продукції [5], так як, на сьогоднішній день, на підприємствах України спостерігається процес, коли підвищення якості продукції супроводжується значним підвищенням цін на їх продукцію, і навпаки, низька ціна, як правило, свідчить про неякісне виробництво продукції. Громадяни України з низькою платоспроможністю споживають дешеві товари, що не задовольняють повністю їх потреби.

Постановка задачі. В умовах ринкової економіки суб'єкти підприємницької діяльності наділені правом самостійного визначення ціни на продукцію, яку вони виробляють, і якщо товар виробника не має кращих властивостей порівняно з ідентичним товаром конкурентів, у цьому разі боротьба за ринок збуту зосереджується на ціні[1]. Тобто, тут найважливішим чинником управління є ціна, на що ми і звертаємо увагу, і яка має тісний зв'язок з собівартістю. Це проявляється в тому, що собівартість слугує базою ціни товару і її нижньою межею для виробника. В свою чергу калькулювання собівартості є одним із найважливіших чинників системи управління витратами.

Проблема управління витратами та конкурентоспроможність не є новою для економічної науки. Розвитку теоретичних і методичних основ управління витратами підприємства в умовах конкурентного середовища присвячені праці таких провідних, вітчизняних і зарубіжних дослідників та практиків, як

С.Я. Голов, І.З. Должанська, Т.О. Загорна, Л.В. Нападовська, А.В. Череп, М.Г. Чумаченко, В. Говіндараджан, К. Друрі, Б. Нідлз С.А. Ніколаєва, Ф. Котлер, М. Портер, Я.В. Соколов, А. Яругова, Дж. Шанк, В.М. Шульга, А.Ш. Ясінська[5], Н.Г. Міценко, О.С. Смик та ін. Однак, залежність конкурентоспроможності від управління витратами потребує подальшого обґрунтування.

Результати дослідження. Дослідники Н.Г. Міценко та О.С. Смик трактують конкурентоспроможність як – це зумовлене економічними, соціальними та політичними чинниками становище країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках, конкурентоспроможність – це така позиція підприємства, яка дає змогу йому виграти змагання між підприємцями, яке виявляється на ринку товарів та послуг[2].

На нашу думку, більш влучним буде сказати, що конкурентоспроможність підприємства – це не тільки місце підприємства по відношенню до інших підприємств у цій галузі, на цьому сегменті, а й вміння менеджерів правильно використовувати наявні на підприємстві заходи господарського управління. В умовах конкурентного середовища внутрішнім показником ефективності фінансово-господарської діяльності є зниження витрат, тобто наявність системи управління ними.

Ідея конкурентоспроможності представлена в економічній літературі починаючи із XVIII ст., з тих пір, коли Адам Сміт в 1768 р. написав «Дослідження природи і причин багатства народів». Він виділив початкові фактори - земля, капітал, природні ресурси і працю, що визначають абсолютні переваги держав у міжнародній торгівлі і довів переваги відкритості національних економік.

Його твердження довів Девід Рікардо. Теорія порівняльних переваг Рікардо заснована на прихованих витратах - тобто прихованої вартості одного товару в порівнянні з іншим, яка визначається продуктивністю праці.

Поки продуктивність праці відрізняється між країнами, торгівля може призвести до прибутку від спеціалізації та обміну, таким чином, викликаючи підвищення загального добробуту. В цілому, теорія стверджує, що країни повинні виробляти у себе ті товари, щодо яких вони мають великі порівняльні переваги.

Лінія аргументації була завершена теорією забезпеченості факторами, що була розроблена Хекшером і Олином в ХХ столітті. Вона стверджує, що країна повинна експортувати той товар, при виробництві якого інтенсивно використовуються наявні фактори. Інакше кажучи, країни будуть виробляти і експортувати продукти, у виробництві яких використовуються фактори, якими вони наділені в значній мірі і імпортувати продукти, що вимагають для виробництва великої обсягу використання факторів, недостатньо представлених в даній країні. наприклад, країна в достатку забезпечена трудовими ресурсами, якщо відношення праці до капіталу вище, ніж в країні, з якої вона торгує.

Всі ці теорії можна трактувати і по відношенню до різних підприємств на території однієї держави., адже кожне із підприємств має свої недоліки і переваги, як і країни світу. У своїй статті «Якість і конкурентоспроможність продукції як складові товарно-ринкової стратегії підприємства» Л.І.Мороз використав такий підхід до оцінювання конкурентоспроможності за такими етапами:

1. Аналіз ринку і вибір товару для зразка.
2. Визначення набору порівнюваних параметрів.
3. Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності.

Розглянемо етап перший, адже зміст цього аналізу ринків збуту продукції полягає в систематичному вивченні параметрів ринку, які визначають основні показники діяльності підприємства та його продукції на ринку. Завдання аналізу – одержати інформацію для прийняття ефективних рішень:

1. Одержання інформації про ринок.
2. Підготовка даних для визначення стратегії й тактики маркетингу.
3. Обґрунтування системи управління товарним асортиментом.
4. Обґрунтування обсягів виробництва.
5. Прийняття рішень щодо методів збуту продукції.
6. Обґрунтування механізму ціноутворення.
7. Обґрунтування рішень щодо просування товару.

Звернувши увагу на шостий пункт переліку інформації, яка необхідна для прийняття ефективних рішень, можна зробити висновок, що використовуючи певний механізм ціноутворення, як правило, так чи інакше відштовхуються від визначення собівартості[3].

Ціна – це кількість грошей за яку продавець згоден продати, а покупець готовий купити одиницю товару. Ціна певної кількості товару складає його вартість, тому правомірно говорити про ціну як грошову вартість одиниці товару[5].

Ціна – це грошовий вираз вартості товару (продукції, послуги). Значення ціни товару коливається навколо ціни виробництва (перетвореної форми вартості одиниці товару, що дорівнює сумі витрат виробництва й середнього прибутку) та відображає рівень суспільно необхідних витрат живої та уречевленої праці. Знову звернемося, до Андрійчука В.Г., він дуже виразив думку, яка полягає в тому, що чим нижча ціна, тим вищий, за інших однакових умов, попит на продукцію, тим більше виробник може її реалізувати. І якщо ціновий попит на даний товар еластичний, підприємство за рахунок додаткового доходу від розширення обсягу продажу з надлишком компенсує втрати від зниження ціни[1].

Ціна так чи інакше відображає собівартість. Собівартість є одним із найважливіших показників ефективності виробництва. Поняття «собівартість» має не одне визначення, але в загальному виді – це грошовий вираз всіх витрат затрачених на виробництво заданої продукції. Тобто, її складовою є витрати.

Таким чином, можна зробити висновок, що витрати – це є основа основ, яка має комплексний характер. Комплексність полягає у відображенні витрат у собівартості продукції.

Структуру витрат підприємства можна розглянути за допомогою наведеної схеми нижче (рис. 1).

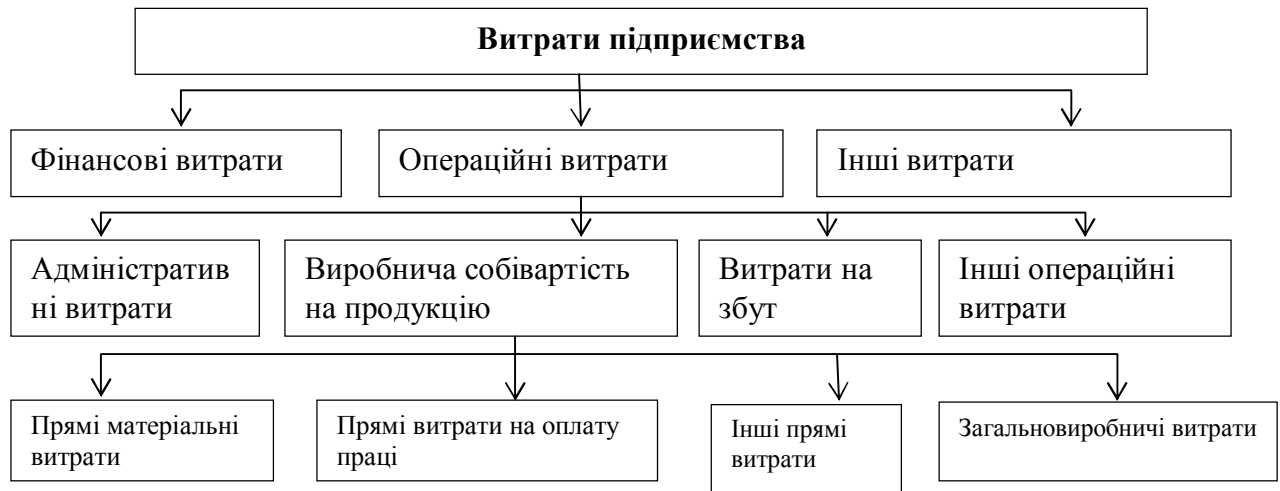


Рис. 1. Схема витрат підприємства

Процес управління витратами дуже багатоаспектний та динамічний, він включає в себе управлінські дії задля досягнення високого економічного результату діяльності. Управління витратами передбачає утворення єдиної, чітко функціонуючої, раціональної та безперебійної системи.

Суб'єктами даної системи є особи, які безпосередньо беруть участь у процесі управління підприємством, мають певні визначені функції та пов'язані з процесом управління витратами.

Об'єктами є витрати на виробництво та реалізацію продукції.

Таке визначення суб'єкту та об'єкту надає у своїй статті Ясінська А.І., що на нашу думку, є правильним твердженням [4].

Схематично система управління витратами показана на рис. 2.

Витрати є невід'ємною частиною будь-якої фінансово-господарської діяльності і потребують обов'язкового управління, правильно обрана система управління затратами призводить до мінімізації витрат – можливості зменшення собівартості, а звідси і ціни, а зменшення ціни в сучасних умовах при високій якості продукції сприятиме підвищенню конкурентоспроможності порівняно з підприємствами-аналогами.



Контроль

Рис. 2. Схема системи управління витратами.

Висновки. Так як в умовах ринкових відносин, підприємства використовують як конкурентну перевагу ціну, а вона прямо залежить від витрат підприємства, то підприємство може впливати на стан своєї конкурентоспроможності за допомогою управління витратами.

Основним результатом даного дослідження є теоретичне обґрунтування залежності конкурентоспроможності продукції від ціни та витрат на її виробництво та реалізацію, а також від управління ними.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. – 2-ге вид., доп. і перероблене. / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 ст. ISBN 966–574–376–7
2. Міценко Н.Г., Смик О.С. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах/Н.Г. Міценко,О.С. Смик: Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України [зб. науково-технічних знань] – Л.: НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – 312 с.
3. Мороз Л.І. Якість і конкурентоспроможність продукції як складові товарно-ринкової стратегії підприємства / Л.І. Мороз // Проблеми економіки та управління : [збірник наукових праць] / відповідальний редактор Й. М. Петрович. - Львів : Видавництво Державного університету «Львівська політехніка», 2000. - 320 с. - (Вісник / Державного університету «Львівська політехніка» ; № 391). - С. 174-178.
4. Ясінська А.І. Сутність управління витратами на вітчизняних підприємствах. / А.І. Ясінська // Логістика : [зб. наук. пр.] / відп. ред. Є. В. Крикавський. - Л. : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. - 512 с. - (Вісник / Національний університет «Львівська політехніка»; № 594). - С. 357-360.
5. www.uk.wikipedia.org

Хринюк О.С.
доцент НТУУ «КПІ»
Карпова М.И.
студентка ФММ НТУУ «КПІ»

ЗАВИСИМОСТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ УКРАИНЫ

В статье поданы некоторые толкования конкурентоспособности, обоснованно зависимость конкурентоспособности продукции от ее цены и себестоимости, а также от управления расходами. Дана характеристика состава расходов и представлена структура управления расходами.

Ключевые слова: конкурентоспособность, цена, себестоимость, управление затратами.

Hrinyuk O. S., Karpova M. I.

DEPENDENCE OF COMPETITIVENESS ON COST MANAGEMENT AT THE ENTERPRISES OF UKRAINE

In this article is some interpretation of competitiveness, reasonably dependence of competitiveness of production on its price and prime cost, and also from cost management are submitted. The characteristic of structure of expenses is given and the cost management structure is presented.

Keywords: competitiveness, price, prime cost, cost management.

Шевчук Н.А.

к.т.н., доцент ФММ НТУУ «КПІ»

Іванов І.П.

студент ФММ НТУУ «КПІ»

ПЛАНУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У даній статті розглянуто проблему підвищення прибутковості промислового підприємства на основі планування собівартості. Виявлено наявні резерви зниження витрат виробництва та збільшення рентабельності продукції. Проаналізовано та економічно обґрунтовано проведення заходів зі зниження собівартості продукції, а також встановлено їх доцільність на основі зменшення собівартості продукції та збільшення прибутку.

Ключові слова: собівартість, прибуток, планування, ефективність, витрати, підприємство.

Вступ. В ринкових умовах жодне з підприємств не обходиться без планування своєї діяльності, а саме показників собівартості, прибутку та