

декларуються із зазначенням кількості і вартості, з можливістю заявити їх у режим експорту. Отже, операції з давальницькою схемою передбачають закупівлю підприємством сировини та переміщення її в митний режим переробки, який завершується шляхом реекспорту готової продукції на адресу замовника.

Перевагою експортних операцій з давальницькою сировиною є те, що база оподаткування при ввезенні готової продукції структурована, отже, немає ризику підняття митної вартості. Схема з використанням давальницької сировини актуальна у випадку, коли мито на готову продукцію нижче мита на сировину.

Недолік експортних операцій з давальницькою сировиною - залежність життєздатності схеми від митної політики країн. Рішення про переміщення товарів у режим переробки повністю знаходиться в компетенції митних органів країн замовника і переробника, і у випадку, якщо угода суперечить геополітичним, фіскальним інтересам держав або зачіпає інтереси вітчизняних виробників обох країн, виникає ризик відмови у режимі переробки на будь-якому етапі переробки. Постійний контроль з боку митних, податкових, контролюючих правоохоронних органів на всіх етапах переробки з правом доступу до виробництва та всіх комерційних документів також важко віднести до позитивних сторін операцій з давальницькою сировиною.

Щодо ризиків, то можна відмітити ризик невизнання режиму переробки на будь-якому етапі переробки, який виникає при операціях з давальницькою сировиною без фактичного ввезення її в країну-замовника. Перевагою в цьому випадку є відсутність зайвих логістичних витрат, але при цьому законодавчо втрачається можливість підтвердження основної умови режиму переробки - ідентифікації товару переробки в продукті переробки (як підтвердження факту виготовлення готової продукції саме з тієї партії давальницької сировини, яке увійшло в країну-переробника).

З вищезазначеного можна відмітити, що в умовах нестабільних торгово-митних відносин держав зовнішньоекономічні операції з переробки давальницької сировини можуть знайти своє місце в діяльності як підприємства-замовника, так і підприємства-переробника. Перевагою для замовника є можливість отримання якісного товару з мінімальною сплатою мита. Підприємство-переробник має свій інтерес, насамперед, у завантаженні своїх потужностей та зниженні постійних витрат, а також у можливості представляти свою продукцію на світових ринках. Отже, операції з давальницькою сировиною можуть стати панацеєю у питаннях ефективності використання обладнання підприємств, що призведе до підвищення фінансового становища підприємства взагалі.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (за матеріалами ПАТ «Новокаховський завод «Укргідромех»)

*Грошелева О.Г., к.е.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,
Білопольська М. В., студентка кафедри менеджменту виробничої сфери,
ДВНЗ «НГУ», м. Дніпропетровськ, Україна*

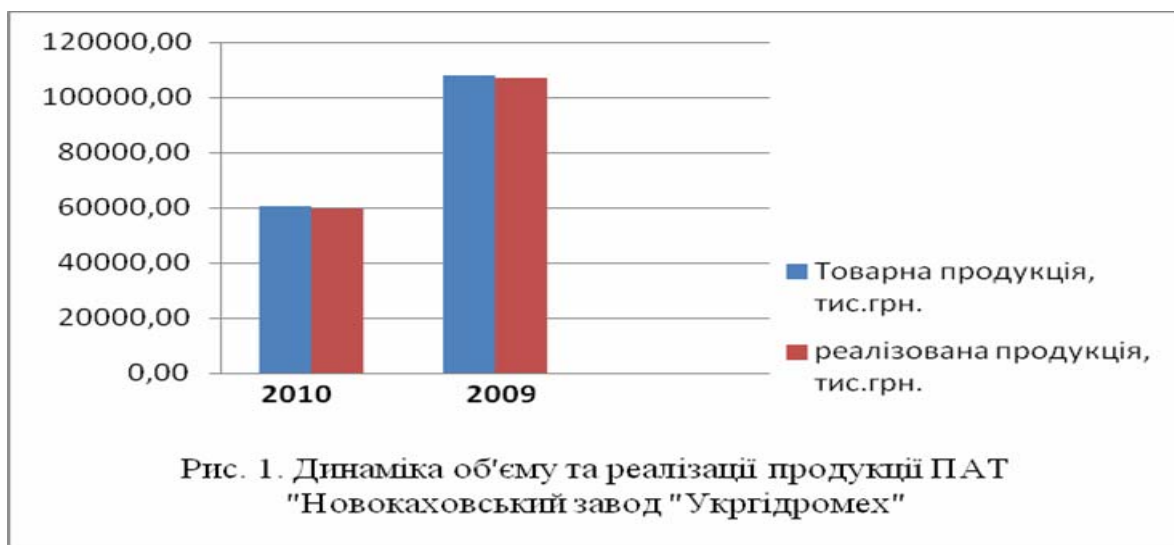
Стійке функціонування підприємства в умовах ринкової економіки залежить від того, наскільки воно має гнучку виробничу програму. Від виконання плану виробництва і реалізації продукції залежать такі ключові показники роботи підприємства, як собівартість, прибуток, рентабельність. Актуальність даної теми

полягає у наявній проблемі ефективності виробництва підприємства, яка виражена істотним зниженням показників обсягів виробництва і, як наслідок, веде до зниження показників ефективності роботи підприємства в цілому.

Метою даної роботи є виявлення і дослідження причин різкого спаду обсягів виробництва на підприємстві, а також розробка рекомендацій щодо стратегії підвищення обсягів виробництва на підприємстві.

Дане питання вже розглядалося такими сучасними вітчизняними науковцями, як В.Г.Прушківський, Г.В. Козицька, Т.В. Гаєвська, Л.М. Сакун, О.І.Яценко та ін.

Для аналізу обраної теми було розглянуто обсяги виробництва та реалізації продукції на ПАТ «Новокаховський завод «Укргідромех», показники динаміки товарної та реалізованої продукції на підприємстві, а також проаналізовано вплив попиту на ринку на обсяги виробництва обраного підприємства та конкурентоспроможність підприємства в цілому. Після аналізу показників можна дійти наступних висновків щодо взаємодії показників збуту та виробництва, що виробництво пішло на спад у 2010 році, коли обсяг товарної продукції та реалізованої продукції у грошовому виразі у 2010 році порівняно з попереднім періодом зменшився на 44,03% та на 44,51% відповідно, що вказано на рис.1:



Причиною погіршення показників була неефективна маркетингова кампанія та низький рівень попиту на всі групи товарів підприємства. Після аналізу конкурентоспроможності підприємства в галузі за трьома основними видами діяльності виявлено, що рейтинг підприємства на ринку виготовлення плит, панелей, конструкцій з чорних металів та алюмінію стрімко зменшився, у галузі збірних конструкцій та конструкцій з чавуну та сталі підприємство посідає ведучі позиції на ринку. Таким чином, різкий спад виробництва обумовлений саме першою групою товарів з алюмінію та чорних металів.

Однією з головних слабких сторін, що була виявлена під час SWOT-аналізу і призвела до спаду на підприємстві була погано розроблена маркетингова кампанія, що наряду з сильними конкурентами як внутрішнього так і зовнішнього ринку сприяла скороченню попиту на товари підприємства. Саме тому надзвичайно важливим фактором підвищення обсягів виробництва і реалізації продукції є саме попит на продукцію. Це – стимулюючий виробництво фактор, який не був врахований під час планування виробничої програми з-поміж інших факторів.

Отже, проаналізувавши базові причини зниження виробництва та збуту на підприємстві ПАТ «Новокаховський завод «Укргідромех» можна надати наступні рекомендації:

Пошук параметрів господарської діяльності для визначення рівня спеціалізації, кооперування виробництва і можливостей здійснення процесу диверсифікації;

Знаходження резервів виробництва і реалізації продукції, оцінки можливостей їх мобілізації;

Пошук нових ринків збуту продукції в країні і за її межами;

Формування росту попиту на основі виготовлення принципово нової продукції;

Пошук нових постачальників сировини, або перегляд умов співпраці зі старими постачальниками;

Оновлення матеріально технічної бази;

Проведення активної маркетингової політики.

Впровадження рекомендованих змін дозволить підприємству налагодити виробничо-збутову програму, а також значно підвищить його конкурентоспроможність, а, як наслідок, і попит на всі групи товарів.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ СТАЛОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

*Грошелева О.Г., к.е.н., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,
Шевченко І.В., студент кафедри менеджменту виробничої сфери,
ДВНЗ «НГУ», м. Дніпропетровськ, Україна*

Ключовим завданням менеджменту в сучасних умовах господарювання є забезпечення довгострокового існування підприємства на ринку. Реалії сьогодення свідчать, що значний рівень глобалізації та корпоратизації бізнесу вразі підвищує конкуренцію, тобто боротьбу за переваги споживачів (лише в Україні у 2012 р. кількість зареєстрованих підприємств за даними ЄДРПОУ склала 1,327249 млн. одиниць, проти 1,32 млн. у 2011 р. (+0,55%)) [1].

Конкурентоспроможність як економічна категорія та вимірник здатності вижити та розвиватися в процесі цієї боротьби, може розглядатися на різних рівнях, починаючи від товару/послуги, що виготовляє окреме підприємство, і закінчуючи глобальним рівнем. Дані досліджень свідчать, що на сьогодні Україна посідає 73 місце за рейтингом конкурентоспроможності із 144 країн, що були досліджені (проти 82, яке наша держава обіймала у 2011-2012 рр.) [2]. Перше та друге місце стабільно обіймають Швейцарія та Сінгапур, третє – Фінляндія (минулого року – Швеція). На рівень конкурентоспроможності країни впливає велика кількість різноманітних факторів. Зокрема він визначається здатністю підприємств посідати стабільне положення на внутрішньому та зовнішньому ринках, а також протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку та ринку «третіх країн». Таким чином, питання управління конкурентоспроможністю потрапляють до поля інтересів як на рівні менеджерів окремого підприємства, так і на державному рівні.

Важливою рисою конкурентоспроможності є її динамічний, мінливий характер: під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів її рівень може змінюватися, а, враховуючи її значення для забезпечення життєздатності об'єкта господарювання, цей процес має бути керованим. Для виявлення потреби в управлінських діях