

У соціальних мережах існує велика кількість форм просування реклами, серед яких найпоширенішими є такі:

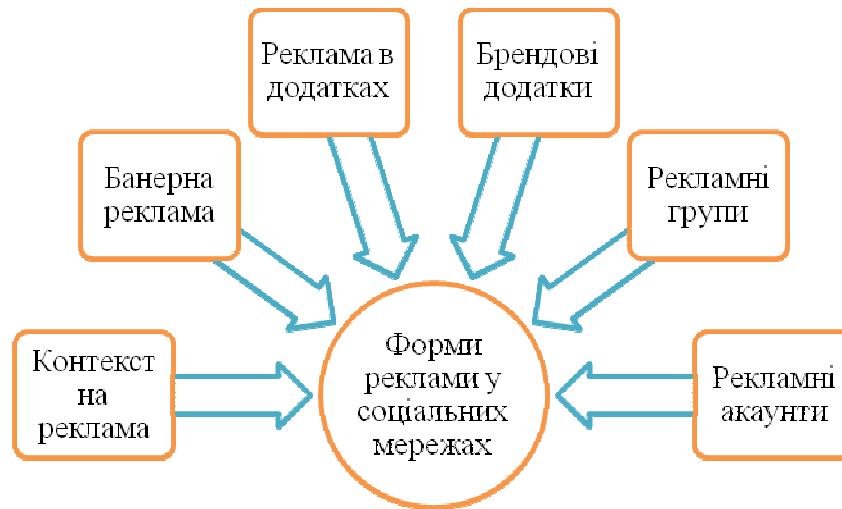


Рис. 3. Форми поширення реклами у соціальних мережах
Джерело: власна розробка автора

Основними перевагами розміщення реклами в соціальних мережах є: орієнтація на кінцевого споживача, висока результативність, дешевизна розміщення рекламного повідомлення та його розповсюдження, масовість, вірусність, швидкий зворотний зв'язок з цільовою аудиторією, оперативність поширення і отримання інформації, інтерактивність.

Отже, розміщення реклами в соціальних мережах має великий потенціал для розвитку компанії. При ефективному використанні цього інструменту маркетингової діяльності, організації можуть досягти значних конкурентних переваг у порівнянні з традиційними формами просування продукції. Окрім інструментів прямого впливу (реклами та спонсорства), нові медіа створюють чудові можливості для вивчення уподобань аудиторій.

Література: 1. Володимир Дегтярьов - «Соціальні мережі: загроза чи нові можливості для бізнесу», Агентство Nords PR Ukraine. Режим доступу: <http://www.reklamaster.com/articles/id/6342/index.html> 2. «Витрати на рекламу в соціальних мережах в 2011 році сягнуть майже \$ 6 млрд». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://analytic.ub.ua/1055--.html> 3. Енциклопедія маркетинга, : [Електронний ресурс] – 2011 – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru> 4. «Ринок реклами в соціальних мережах щороку до 2015-го зростатиме на третину» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://provodyn.com/world_news/5524-42~rynok-reklamy-v-socialnykh.html. 5. CompExpert – Види соціальних мереж. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.myhomecomp.ru/articles_106.html

Кравчук Л.С.,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій та права,
Скнар Л.В.,
магістр обліково-фінансового факультету МНАУ,
м. Миколаїв, Україна

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ШЛЯХОМ ЗАСТОСУВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

Сформоване під дією факторів конкуренції, сучасне економічне середовище змушує сільськогосподарського товаровиробника адаптуватися до новоутворених умов ринку. При цьому досягнення поставленої мети господарства не повинно обмежуватися однобічним розширенням гнучкості до сучасних процесів, оскільки підвищення ефективності діяльності підприємства, в першу чергу, залежить від інновацій у виробничому процесі. Однак, для сільськогосподарських товаровиробників запропонований захід, крім потенційного доходу та конкурентних переваг, призводить до максимізації витрат. Тому метою даного дослідження є

окреслення можливостей мінімізації витрат за рахунок впровадження новітніх технологій, і визначення доцільності використання сучасних інструментів управління та засобів фінансового менеджменту на прикладі сільськогосподарського підприємства ТОВ «Надбузьке» Миколаївського району. Управління витратами є підґрунтям функціонування кожного сільськогосподарського підприємства, тому вибір раціонального методу його реалізації є основним завданням оперативного впровадження.

Одним з найпростіших способів підрахунку витрат на підприємстві є калькуляція собівартості на основі повної вартості (Absorption Costing). Однак, даний підхід унеможливує розрахунок витрат на кожний конкретний продукт, ускладнюючи цим процес прийняття управлінських рішень. Протилежним попередньому методу є метод прямих витрат (Direct costing). Особливістю даного методу є формування собівартості продукції під дією змінних та з урахуванням постійних витрат.

Такий розподіл дає можливість чітко оцінити поточний стан підприємства, полегшує визначення рівня беззбитковості, допомагає в питаннях конкурентного планування. Здійснивши оцінку змінних витрат на сільськогосподарському підприємстві ТОВ «Надбузьке» Миколаївського району, ми дійшли висновку, що з удосконаленням виробничого процесу, в господарстві, в першу чергу, збільшуватимуться витрати на електроенергію. У зв'язку з цим нами було досліджено та запропоновано альтернативне вирішення даного питання.

Альтернативна енергетика - сфера енергетики, що забезпечує вироблення електричної, теплової та механічної енергії з альтернативних джерел [3]. Оцінивши перспективи застосування альтернативних джерел, ми сконцентрували свою увагу на Еко-тренажерах, впровадження яких дозволить вирішити питання скорочення виробничих витрат у сільському господарстві, й частково - питання соціального розвитку села. Розглянемо більш детально економічну ефективність використання запропонованого виду альтернативного джерела.

Таблиця 1

Економічна ефективність використання еко-тренажерів*

Показники	Plug Out	Green Revolution	Human Runama
Обсяг виробітку електроенергії, кВт	1	1,5	3,5
Чисельність персоналу ТОВ «Надбузьке», чол.	20	20	20
Мінімальна кількість, шт	2	2	2
Фізичне навантаження, год	1	1	1
Тариф, коп/кВт	63,31	63,31	63,31
Економія на день, грн	25,32	37,99	88,63
Економія на рік, тис. грн	9,24	13,87	32,35

*розроблено автором з використанням форм фінансової звітності ТОВ «Надбузьке», [2],[5]

Протягом своєї діяльності сільськогосподарським підприємством ТОВ «Надбузьке» Миколаївського району в середньому використовується 93600 кВт/рік, що в грошовому еквіваленті складає 60 тис. грн. Використавши запропоноване джерело альтернативної енергетики, господарство зможе за допомогою постійних робітників та двох тренажерів скоротити вище зазначені витрати в середньому на 18,50 тис. грн.

При цьому необхідно зазначити, що вартість тренажерів складає 21 тис. грн (1200\$/шт), тобто їх окупність приблизно настане через рік. На практиці підприємство також зможе залучати мешканців села шляхом мотивації здорового способу життя.

Отже, в результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що на сільськогосподарських підприємствах мінімізація витрат є можливою. Підвищення показників ефективності функціонування відбувається за допомогою впровадження ефективних методик управління витратами, в тому числі на основі методу прямих витрат. Рекомендованим є застосування на підприємстві сільського господарства, розташованого комплексно в межах села, альтернативної енергетики на основі еко-тренажерів.

Література: 1. Аналіз економічної ефективності використання альтернативних джерел енергії на регіональному рівні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>. 2. Енергія під ногами [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ecorport.uz>. 3. Закон України «Про альтернативні джерела енергії» від 20.02.2003 № 555-IV [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>. 4. Комплексний підхід до вдосконалення управління витратами на підприємствах, що є суб'єктами ЗЕД [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>. 5. На новому тренажері за здоров'я та електроенергію [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://russian-bazaar.com>.

Крутікова Н.В.,
*магістр кафедри менеджменту виробничої сфери Державного ВНЗ «НГУ»,
м. Дніпропетровськ, Україна*

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Під конкурентоспроможністю продукції прийнято розуміти сукупність її властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби проти репрезентованої на ринку аналогічної продукції. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомі переваги над виробами інших товаровиробників [1].

Конкурентоспроможність продукції закладається ще на стадії проектування. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші (визначальні) елементи конкурентоспроможності виробів: якість і витрати. Моделювання та визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її продажу (реалізації) на відповідному ринку. Загальноживану типову схему оцінки конкурентоспроможності зображено на рисунку 1 [2].

Європейський форум по проблемам управління визначив конкурентоспроможність таким чином: «Конкурентоспроможність – це реальна і потенційна можливість фірми в існуючих для неї умовах проектувати, виготовляти і збувати товари, які по ціновим і неціновим характеристикам більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів» [1].

Конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців в порівнянні з аналогічними товарами, представленими на ринку.

Вона визначається конкурентними перевагами: по-перше, якістю товару, його технічним рівнем, по-друге – цінами.

На конкурентоспроможність товару впливають переваги в сервісі, рекламі, іміджі виробника, в умілому маневруванні ринковим простором і часом, а головне – в обліку вимог конкретних груп споживачів. Конкурентоспроможність товару є конкурентною перевагою окремих його характеристик, що є наслідком ефективнішого управління процесом розробки, реалізації і експлуатації продукції [3].

Конкурентоспроможність – перевага товару на цільовому ринку над конкуруючими аналогами за ступенем задоволення потреб, в тому числі за загальними витратами на придбання і користування товаром [4]. У приведених формулюваннях відображена позиція кінцевих споживачів, розкривається соціальний аспект конкурентоспроможності товару.

Такі визначення не зовсім повно відображають сутнісні ознаки категорії конкурентоспроможності продукції, оскільки не враховують інтереси виробників і торгових підприємств. Конкурентоспроможність конкретного об'єкта бажано вимірювати кількісно, що зробить можливим управління її рівнем. Для цього необхідна інформація, що характеризує корисний ефект даного об'єкта та об'єктів-конкурентів за нормативний строк їхньої служби й сукупні витрати протягом життєвого циклу об'єктів.

Корисний ефект – це віддача об'єкта, що розраховується на підставі окремих об'єктивних показників якості об'єкта, які задовольняють ту чи ту конкретну потребу. Його можна вимірювати в натуральних одиницях (наприклад, продуктивність однопараметричних машин та устаткування), грошовому виразі або в умовних балах (для об'єктів з кількома важливими параметрами, що доповнюють один одного).