

Алгоритм управління виробничими ресурсами полягає в наступному. Ліміт ресурсу, що має найменшу «тіньову ціну», має бути зменшений; при цьому величина зниження вибирається довільно, але узгоджується зі змінами гірничотехнічних умов виробництва, а також прогнозними змінами попиту на вугілля, що добувається. Маючи результати рішення прямої і подвійної задачі, можна судити про ефективність роботи системи. Як правило, неефективна робота вугільних шахт (і особливо збиткових) багато в чому пояснюється неучастю частини виробничих ресурсів у технологічних процесах, хоча вартість цих ресурсів так або інакше переноситься на собівартість видобутку.

Отже, такий підхід до управління виробничими ресурсами й технічними параметрами відпрацювання запасів дозволить адекватно оцінювати стан підприємства та ухвалювати об'єктивні рішення при перспективному плануванні відпрацювання запасів.

Список літератури:

1. Кучер В.А. Формування інвестиційної стратегії розвитку вугледобувного підприємства: автореф. дис. д-ра екон. наук.: 08.00.04 / Національний гірничий ун-т. – Дніпропетровськ, 2010. – 34 с.

2. Папіж Ю.С. Удосконалення управління ресурсним потенціалом вугільних шахт: дис. ... кандидата екон. наук: 08.00.04 / Папіж Юлія Сергіївна. – Д.: 2012. – 165 с.

3. Щодо реформування вугільної промисловості / Офіційний сайт Міністерства енергетики та вугільної промисловості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/article?art_id=244964085&cat_id=194359.

ІМПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА МЕБЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Варяниченко О.В., к.е.н, доц., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,

Кренко Є.Д., магістрант,

Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,

м. Дніпропетровськ, Україна

Ключовою характерною ознакою сучасного етапу розвитку ринкового середовища є стрімке та невпинне збільшення існуючої конкуренції стосовно конкретних асортиментних рядів аналогічних товарів та товарів-субститутів. Беручи до уваги масштабність впливу розмірів конкуренції на певні підприємства-виробники товарів та на розповсюджувачів цих товарів та послуг, все важливішого значення

набуває зовнішньоекономічна діяльність підприємств, дія якої характеризується значним позитивним ефектом стосовно зменшення впливу мікроекономічних факторів середовища функціонування на підприємства-учасники зовнішньоекономічних відносин.

Імпортна діяльність разом із експортною діяльністю займає значну частку серед усіх зовнішньоекономічних операцій учасників ринкової економіки та допомагає підприємствам у вирішенні низки важливих питань, пов'язаних із конкурентостійкістю на ринку, серед їх числа: покращення показників рентабельності та прибутковості; збільшення місткості ринку; нарощення обсягів продажу; удосконалення ознак якості товарів тощо. Зокрема, імпорт високотехнологічних товарів виробничого призначення у поєднанні із програмним забезпеченням та висококваліфікованим персоналом має позитивний вплив на зростання рентабельності не лише промислового виробництва, а й усього бізнес-процесу, забезпечуючи підприємцям як матеріальні, так і нематеріальні вигоди: ефективне управління витратами, заощадження матеріальних ресурсів, збільшення гнучкості виробництва та продуктивності праці, зростання якості продукції, швидке реагування на вимоги ринку, тощо.

Актуальність проблеми імпортування іноземного обладнання до України пов'язана з тим, що для того щоб наша країна йшла швидкими кроками розвитку економіки, виробництву потрібно володіння сучасними технологіями для підвищення якості та конкурентоспроможності продукції. Зношеність і застарілість обладнання на підприємствах не дає змоги реалізувати максимально можливий потенціал. Через це і відставання від науково-технічного прогресу, так як немає обладнання для його впровадження, і відповідно неконкурентоспроможність вітчизняних товарів на міжнародних ринках.

Українська меблева промисловість - одна з галузей, найбільш сприйнятлива до впровадження інновацій і високих технологій. Нарощування обсягів виробництва високоякісних меблів всередині країни - один з напрямків розвитку, який зіграє ключову роль у збільшенні темпів розвитку галузі в цілому.

У докризовий період в Україні склалася сприятлива економічна ситуація, що стимулювало попит з боку населення на побутову техніку, меблі, нерухомість, транспортні засоби тощо. Меблі відносяться до товарів тривалого користування, споживання яких є одним з основних індикаторів стану економіки країни. Дуже цікавою характеристикою виробництва меблів є питомий показник виробництва меблевої продукції із розрахунку на одну особу. В Україні виробництво меблів із розрахунку на особу становить близько 7 євро, в Росії - 11 євро, Італії - 356 євро.

Українські меблі і сьогодні здаються спрощеною версією італійських та іспанських моделей. Відсутність хорошої дизайнерської школи тягне за собою відставання нашого ринку від європейського як мінімум на два роки. Кожна компанія довго готує своїх фахівців, які навчаються в основному на меблевих виставках у Мілані, Кельні та Франкфурті. На навчання і придбання досвіду йде час і гроші, а поки виробникам доводиться пропонувати ринку той стиль, який на Заході

експлуатується вже декілька років. Хоча більшість виробників регулярно оновлює асортимент, істотних змін в дизайні не відбувається. Це пояснюється тим, що меблі випускається з ідентичних матеріалів, з використанням однакової фурнітури і колірної гами, які купуються у одних і тих же іноземних постачальників.

Виробники, що працюють у високому і середньому ціновому сегменті, застосовують німецькі, австрійські та італійські матеріали, а для виробництва меблів у дешевому сегменті купуються польські та китайські комплектуючі. Використовувати фурнітуру українського виробництва меблеві компанії не хочуть, оскільки якість товару дуже низька.

Сьогодні українські меблі в середньому ціновому секторі цілком конкурентоспроможні. За імпортом залишається перевага у верхньому ціновому сегменті, в якому українські виробники меблів представлені поки дуже слабо. Позитивні результати є, однак тут зламати психологічні бар'єри покупців значно важче. Істотне просування неможливе без значних вкладень у рекламні заходи. Крім рекламних заходів, для підвищення конкурентоспроможності українським виробникам на внутрішньому і зовнішньому ринках необхідно підвищувати якість, покращувати дизайн продукції, впроваджувати сучасні матеріали і технології виробництва, відповідати екологічним стандартам, розширювати асортимент.

В умовах жорсткої конкуренції серед виробників меблів на провідних позиціях виявляються підприємства, технічна оснащеність, кадровий потенціал яких дозволяють випускати продукцію сучасного дизайну з високоякісних матеріалів. Все більшу увагу споживачі приділяють фурнітурі, екологічній безпеці меблів.

Вище перелічені заходи, пов'язані в основному із застосуванням високоточного, багатофункціонального виробничого обладнання. Таким чином, можна говорити про те, що технічне озброєння виробництва передовими технологіями - один з головних заходів, що сприяє зміцненню позицій вітчизняних меблярів.

При цьому слід враховувати, що Україна, не маючи сьогодні власного міцного національного науково-технічного потенціалу, об'єктивно змушена інвестувати в технології із промислово розвинених країн, закупаючи за кордоном капітальні товари. Для значної кількості українських виробників це означає отримання конкурентних переваг, а для вітчизняних виробників засобів виробництва - поступове витіснення з ринку.

Але існують причини низької ефективності використання імпортного обладнання, а саме поганий рівень техніко-економічного обґрунтування імпортних операцій:

- недостатньо опрацьовуються технічні вимоги до імпортних машин та обладнання;
- погано оцінюється їх конкурентоспроможність;
- не узгоджуються строки поставок імпортного обладнання та його монтажу (один із наслідків вузької зовнішньоторгової оцінки ефекту без урахування реалізації всього інвестиційного імпортного проекту);

- повільно готуються кадри для експлуатації імпортного обладнання;
- допускаються помилки при виборі об'єкта імпорту (вирішення економічних завдань інколи може бути здійснено без залучення валютних ресурсів);
- часто зустрічаються прорахунки при виборі продавця (недостатньо досліджується стан ринку потрібного обладнання, не виявляються усі можливі постачальники);
- погано організовано здавання-прийняття обладнання за кордоном, внаслідок чого ввозиться обладнання, яке не відповідає контрактним умовам;
- мають місце помилки у перспективній оцінці потреб у сировині та напівфабрикатах для завантаження імпортного обладнання, потреб у запасних частинах, тощо.

Таким чином, здійснення підприємством ефективною імпортною політикою допоможе модернізувати застаріле обладнання та впровадити нове, більш прогресивне одночасно збільшуючи конкурентоспроможність вітчизняної продукції.

ІННОВАЦІЙНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

*Єрохондіна Т.О., к.т.н., доц., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери;
Бондаренко Т.О., магістрант,
Державний ВНЗ «Національний гірничий університет,
м. Дніпропетровськ, Україна*

Ключовий детермінант інноваційної поведінки України - участь у глобалізації. Найбільш значущим і універсальним виявляється вплив імпорту. Якщо у випадку процесних інновацій цей результат пояснюється оновленням технологій за рахунок імпорту обладнання, то для нових продуктів йдеться про якісній сировині і комплектуючих, які дозволяють фірмам переходити від конкуренції за ціною до конкуренції нових продуктів за рахунок більш високої якості і нових властивостей. Експорт значимо впливає на ймовірність витрат на НДДКР. Непрямий експорт через посередників знижує ймовірність продуктивних і процесних інновацій, що пояснюється втратою самостійності у прийнятті інноваційних рішень на фірмах, що беруть участь в глобальних ланцюжках з проміжними продуктами. Конкуренція з боку імпорту та іноземних виробників значимо підвищує ймовірність корпоративних витрат на НДДКР, а відсутність впливу внутрішньої конкуренції пов'язано з тим, що нові продукти з'являються у вільних нішах, не зайнятих місцевими виробниками.

Інший значущий і стійкий показник інноваційної активності - рівень диверсифікації фірми: чим вона вище (або чим менше частка основного продукту у виручці), тим вище ймовірність всіх видів інновацій. Для українських підприємств рівень диверсифікації - найбільш важливий фактор продуктивних інновацій, порівнянний за коефіцієнтом і значущості тільки з впливом витрат на НДДКР. Вплив