

**DETERMINATION OF THE EFFECTIVENESS OF STORAGE IN THE ENTERPRISE**

*Negry I.K., Vornovitski D.P.*

*The efficiency of the enterprise depends not only on the perfection and intensity of industrial production and transport, but also optimally organized storage. Warehousing Company covers a wide variety of components and therefore does not fall under the strict classification schemes used in such activities like order processing, inventory management and transportation. Warehousing contributes to: the conservation of the quality of products, materials, raw materials; improve the rhythm and organization of production and of transport; improve land use enterprises; reduce vehicle downtime and transportation costs; release workers from unproductive handling and storage operations for use in primary production. In recent years, the main direction of development of storage business was the increase flexibility and efficiency of the use of information technology is necessary to meet the growing demands of consumers to the range and conditions of supply.*

**Keywords:** warehousing, enterprise, efficiency, warehouse space, storage costs.

УДК 658. 212

*Прялін М.А.<sup>а</sup>, Гуцалова В.І.<sup>б</sup>*

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК НАПРЯМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

<sup>а</sup> ДВНЗ “Український державний хіміко-технологічний університет”, м. Дніпропетровськ

<sup>б</sup> Національна металургійна академія України, Інститут інтегрованих форм навчання, м. Дніпропетровськ

Підвищення ефективності роботи підприємства шляхом розширення ринків збуту продукції за рахунок поліпшення її конкурентоспроможності обумовлює актуальність здійсненого дослідження. Метою дослідження є визначення основних напрямів підприємницької діяльності, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності продукції. Показано, що конкурентоспроможність продукції може забезпечити найбільший ефект в умовах чистої конкуренції на ринку. Встановлено, що ефективними шляхами забезпечення конкурентоспроможної продукції є забезпечення її якості та цінова політика на підприємстві з урахуванням ринку збуту. Досягнення необхідного рівня якості продукції потребує додаткових витрат. Це обумовлює застосування технічних і організаційних рішень зі зменшення собівартості продукції. Поєднання всіх напрямів робіт дозволяє підвищити ефективність функціонування підприємства, що є основною метою підприємницької діяльності.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, підприємницька діяльність, нововведення, якість продукції.

**Вступ та постановка завдання**

При переході до капіталізму, який в економічній сучасній літературі чомусь називають «ринковими відносинами», відбулися процеси перерозподілу капіталу з відвертою чи прихованою приватизацією фінансів державних підприємств. На думку Н.В. Дзюби, вивезенню капіталу за кордон сприяють різні схеми з залученням офшорних компаній [1]. Тому у вигляді іноземних інвестицій часто поступають вітчиз-

няні кошти. За результатами аналізу, проведеного Н.В. Куркінім, спрямованість цих інвестицій часто знаходиться поза стратегічних інтересів держави. Як правило, іноземних інвесторів цікавлять підприємства, які не потребують довгострокових чи значних капіталовкладень [2]. В умовах ресурсних обмежень діяльність промислових підприємств суттєво ускладнюється. Це обумовлює необхідність знаходження найбільш раціональних шляхів для виявлення ринків збу-

ту продукції та поліпшення економічних показників підприємств. Розширенню ринків збуту продукції сприяють інноваційні процеси. На думку Н. В. Куркіна інноваційний процес повинен охоплювати фундаментальні, пошукові та прикладні дослідження, а також розробку, виробництво нової продукції, збут та сервісне обслуговування [3].

З нашої точки зору, сьогодні особливо велике значення необхідно приділяти питанням забезпечення конкурентоспроможності продукції у зв'язку з виходом України на ринки Європейського союзу. Все це обумовлює актуальність проведеного дослідження. Конкуренція на ринку збуту продукції підтверджує необхідність першочергового вирішення питань забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Метою дослідження є визначення основних напрямів підприємницької діяльності на промисловому підприємстві, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності продукції і тим самим підприємства-виробника.

#### ***Результати дослідження.***

Підприємницька діяльність на промисловому підприємстві спрямована на досягнення позитивного результату у вигляді отримання прибутку при реалізації виробничої продукції, що обумовлює забезпечення рентабельності підприємства. На основі вивчення ринку реалізації продукції є можливість здійснювати прогноз оцінку попиту на продукцію підприємства, а також розробляти заходи з використання реклами та економічного стимулювання. Реклама певним чином впливає на формування думки споживачів, що теж збільшує чи зменшує рівень конкурентоспроможності конкретних зразків продукції.

На ринку може мати успіх тільки конкурентоспроможна продукція, що обумовлює необхідність пристосовуватись до потреб покупця і виробляти тільки такі вироби, які відповідають цим вимогам. Це сприяє конкурентоспроможності підприємства в конкретних умовах його виробничої діяльності.

Аналіз процесу збуту продукції дає можливість приймати рішення про визначення сегменту ринку та забезпечення таких властивостей виробів, які можуть відповідати потребам споживачів з урахуванням їх купівельних можливостей та мотивів придбання продукції певного типу. Це є однією із передумов забезпечення конкурентоспроможності продукції. При цьому враховується конкуренція на ринку, яка є суттєвим фактором упорядкування цін та стимулом впровадження нововведень. Вона сприяє витісненню з ринку неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів по відно-

шенню до споживача.

Конкуренція на ринку може бути чистою, монополістичною, олігополістичною. Для ринку чистої конкуренції характерні такі ознаки: обсяги виробництва окремого підприємства дуже незначні в порівнянні із загальною кількістю однотипної продукції, яка виробляється іншими підприємствами. Тому обсяг випуску продукції будь-якого підприємства не впливає на формування ринкової ціни. Інші підприємства не можуть впливати на рішення, які стосуються виходу на ринок певної продукції підприємства чи припинення її випуску. Все це має місце при наявності великої кількості продавців та покупців однакової чи схожої продукції. Велика кількість товаровиробників однотипної продукції за умови, що ніхто з них не володіє значними потужностями для впливу на ціну продукції, створює автоматизацію формування цін на ринку. Існуючі на ринку підприємства не можуть протистояти появі нових конкурентів.

В умовах чистої конкуренції жодне підприємство не може отримати прибуток шляхом збільшення цін. Збільшення прибутку може бути тільки досягнуто за рахунок скорочення витрат виробництва та підвищення якості продукції, що обумовлює її конкурентоспроможність. Бажання збільшити прибутковість підприємства сприяє зростанню виробництва товарів та зменшенню цін. Ринок чистої конкуренції існує в умовах відсутності будь-якого контролю над пропозицією товарів. Це має місце при відсутності будь-яких елементів монополії. Конкурентоспроможність продукції в умовах такого ринку дає можливість розширити обсяг реалізованої продукції і тим самим підвищити прибутки підприємства.

Об'єднання підприємств, які випускають однотипну продукцію, дає можливість захопити значну частину ринку. В результаті ці підприємства стають монополістами. Ринкова ніша обмежується певним колом споживачів. За рахунок підвищення ціни монополіст отримує надприбуток. Іноді з метою підвищення прибутку за рахунок збільшення обсягів реалізації товару монополіст знижує ціну продукції.

Разом із монополією серед ринкових структур може сформуватися олігополія. Олігополія на ринку має місце при невеликій кількості підприємств, які володіють однотипними товарами чи послугами. В цьому випадку кожне підприємство пильно стежить за діяльністю конкурентів з метою забезпечення стабільності на ринку. Олігополія дуже близька за своєю структурою до монополії. Все це впливає на погіршення потреб споживачів. Ослабленню олігополії сприяє виготовлення продукції іншими товаровиробниками, яка може замінити вироби

підприємств-олігополістів.

Крім наведених, існують методи нечесної конкуренції, якими є економічне, промислове та науково-технічне шпигунство, підробка продукції конкурентів, обман споживачів, приховування дефектів продукції, підкуп та шантаж, махінації з економічною звітністю та валютні махінації.

Для суспільства краще високий рівень конкуренції виробників. Серед засобів конкурентної боротьби для поліпшення своїх позицій на ринку виробники продукції використовують такі інструменти як якість виробів, ціну, сервісне обслуговування, асортимент, умови постачання та платежів, рекламу.

При наявності конкуренції на ринку важливим напрямом діяльності персоналу на промисловому підприємстві є впровадження заходів із забезпечення конкурентоспроможності продукції. Це суттєво впливає на конкурентоспроможність підприємства-виробника такої продукції.

Будь-яка продукція на ринку проходить перевірку на ступінь задоволення потреб споживачів. Порівнюючи аналогічну продукцію конкурентів між собою, є можливість визначити конкурентоспроможність кожного її виду в певних ринкових умовах. Кількість показників конкурентоспроможності продукції залежить від виду, складності продукції та зручності її в експлуатації. Вивчення конкурентоспроможності продукції на ринку необхідно вести постійно та систематично для визначення моменту часу, коли рівень конкурентоспроможності почне зменшуватися. Це дає можливість вчасно запроваджувати заходи з модернізації продукції, переведенню її на інший ринок збуту чи прийняти рішення про припинення виробництва виробів старих конструкцій, а також вихід на ринок з новими розробками. Якщо продукція не вичерпала можливість бути конкурентоспроможною, заміна її на ринку з економічної точки зору недоцільна. З моменту виходу на ринок нових виробів рівень їх конкурентоспроможності поступово починає зменшуватися. Тому випуск на ринок більш досконалих розробок повинен співпадати з моментом часу, коли аналогічні вироби попередніх конструкцій помітно зменшать рівень своєї конкурентоспроможності. Початок розробок повинен забезпечувати вчасний вихід на ринок нової продукції. Тобто оцінка конкурентоспроможності виробів повинна бути випереджаючою і довгостроковою.

Суттєвим чинником, який обмежує споживання продукції, є її ціна. Зменшення ціни на продукцію призводить до збільшення попиту і таким чином характеризує підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства

її виробника. Зростання ціни на аналогічну продукцію інших товаровиробників може збільшити попит на продукцію підприємства, ціна на яку залишилась на попередньому рівні. Тим самим теж підвищується рівень конкурентоспроможності продукції конкретного виробника. Зміна ціни на продукцію є однією із традиційних форм конкурентної боротьби. Цей вид конкурентної боротьби здійснюється шляхом зниження цін, сезонних розпродаж та надання сервісних послуг при діючих цінах. Цінова конкуренція здійснюється для розширення сегментів існуючих ринків та виходу на нові ринки збуту продукції. Все це сприяє витісненню з ринку неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів по відношенню до споживача.

Впровадження заходів із поліпшення якості продукції підвищує її конкурентоспроможність і є ефективною формою підприємницької діяльності на промисловому підприємстві. Якість продукції суттєво забезпечується за рахунок використання науково-технічних нововведень. Вони створюються, головним чином, шляхом використання останніх досягнень науки і техніки. В сучасних умовах економічного розвитку значно підвищується вагомість технологій, які характеризуються науковістю. Це обумовлюється тим, що науковість продукції підвищує її конкурентоспроможність за рахунок збільшення життєвого циклу та рівня якості виробів. Досвід економічно розвинених країн підтверджує доцільність та ефективність розвитку економіки шляхом впровадження нововведень.

На якість продукції впливає значна кількість чинників, які діють як самостійно так і у взаємозв'язку між собою. Вони можуть бути об'єднані в технічні, організаційні та економічні групи. До технічних чинників належать: конструкція виробу, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування та ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення та експлуатації. До організаційних – форми організації виробничих процесів, методів контролю, способи транспортування, зберігання, експлуатації, технічного обслуговування та ремонту. До економічних чинників – ціна, собівартість, рівень витрат на технічне обслуговування та ремонт.

Вирішення завдань забезпечення якості продукції починається з ранніх стадій конструкторської підготовки виробництва. Конкурентоспроможність продукції забезпечується за умови досягнення достатнього рівня її споживчих властивостей, які характеризують її якість, і наявності економічних показників, які задовольняють певному контингенту споживачів. Якість

продукції визначається сукупною характеристикою критеріїв. Рівень цієї характеристики повинен бути не менше потрібної величини згідно з потрібними вимогами. Для забезпечення конкурентоспроможності з урахуванням технічних можливостей науково-технічного прогресу потрібний рівень сукупної характеристики якості виробів має тенденцію до зростання. Якщо ця тенденція не враховується, то нові вироби можуть бути морально застарілими.

Рівень якості продукції ґрунтується на порівнянні значень показників якості виробів, що оцінюються з базовими значеннями. На стадії розробки базові значення відповідають продукції, яка відображена в технічному завданні на розробку. В зв'язку зі швидким прогресом техніки необхідно систематично переглядати базові зразки. Оцінка рівня якості виготовленої продукції полягає у встановленні міри її відповідності вимогам нормативно-технічної документації. Вона здійснюється шляхом порівняння фактичних значень показників якості з тими, які були досягнуті на стадіях розробки та виготовлення продукції.

Якість можна вважати оптимальною, коли вона максимально задовольняє потреби споживачів при відносно мінімальних витратах на її досягнення. Одним із важливих механізмів управління якістю продукції в наш час стала сертифікація. Вона дає можливість об'єктивно оцінити продукцію, надати споживачу підтвердження її безпеки, забезпечити контроль за відповідністю продукції вимогам екологічної чистоти, а також підвищити її конкурентоспроможність.

Сертифікація пов'язана із стандартизацією, яка сприяє забезпеченню якості продукції, раціональному використанню всіх видів ресурсів, підвищенню техніко-економічних показників виробництва. Відповідність вихідних параметрів виробів вимогам стандартів є першочерговою умовою проведення їх сертифікації. Сертифікація підрозділяється на обов'язкову та добровільну. В даний час обов'язкова сертифікація інакше називається сертифікацією в законодавчо регульованій області, а добровільна — у законодавчо нерегульованій.

Стандартизація передбачає державний нагляд за виконанням стандартів. Державний нагляд здійснюється з метою перевірки додержання стандартів, норм і правил при розробці, виробництві, випуску, зберіганні, транспортуванні, використанні, експлуатації, реалізації та утилізації продукції, а також якості сертифікованої продукції та правил проведення її випробувань.

При проведенні робіт зі стандартизації критерії економічної ефективності повинні бути основними. Тому визначення величини економічного ефекту повинно проводитися, почина-

ючи з початкової стадії. Вже при розробці планів і програм стандартизації за укрупненими показниками визначається величина очікуваного економічного ефекту, який в подальшому уточнюється. Таким чином, стандартизація відіграє значну роль в забезпеченні якості продукції.

Окремим напрямом стандартизації є уніфікація. Якщо уніфікація здійснюється у вигляді запозичення із попередніх розробок, то рівень надійності цих елементів конструкції буде вище в порівнянні з нововведеними елементами. Це пояснюється тим, що запозичені складові частини вже пройшли певний обсяг випробувань в складі попередніх виробів. При запозиченні елементів із інших складових частин нової конструкції чи з інших виробів, які розробляються одночасно, ефект забезпечується за рахунок зменшення загального обсягу випробувань.

Помітне скорочення коштів за рахунок уніфікації сприяє можливості створення нових виробів із меншою величиною витрат, що обумовлює зростання їх конкурентоспроможності. Визначення певного рівня конкурентоспроможності продукції забезпечується також сертифікацією. В наш час сертифікація стала одним із важливих механізмів управління якістю. Відповідність вихідних параметрів виробів вимогам стандартів є першочерговою умовою проведення їх сертифікації.

Кожен виріб має певну номенклатуру вихідних параметрів, які можна розділити на основні та додаткові. На першому етапі еволюційного розвитку *j*-ої основної характеристики спостерігається незначне підвищення її рівня при переході до нової конструкції однотипних виробів. Це пояснюється невеликим науково-технічним потенціалом і відсутністю достатнього досвіду при створенні виробів принципово нових конструкцій. На другому етапі має місце суттєве підвищення рівня технічної характеристики за рахунок попередніх проробок варіантів конструкції і підвищення технічного рівня виробництва для якісного виготовлення нових типів виробів. Третій етап еволюційного розвитку *j*-го основного параметру конструкції, характеризується незначними темпами його зростання. Це пояснюється вичерпаністю технічних можливостей подальшого збільшення рівня *j*-ої основної технічної характеристики при конструюванні виробів на старих принципах. В цей час з'являється необхідність переходу на нові фізичні принципи функціонування виробів, що призводить до стрибкоподібного збільшення рівня *j*-ої основної технічної характеристики.

Розробка нововведень базується на наукових дослідженнях, які розподіляються на фундаментальні, пошукові, а також дослідні роботи. Фундаментальні дослідження визначають

теоретичні закономірності, які можуть бути джерелом створення нових теоретичних ідей. Пошукові дослідження використовують результати фундаментальних досліджень і виконуються з метою визначення нових принципів створення виробів та технологій. Дослідні роботи розподіляються за напрямками, кожен із яких обмежується однією чи кількома пов'язаними між собою проблемами. В процесі виконання досліджень можуть бути підтверджені чи не підтверджені ідеї та теоретичні проробки, які передбачається покласти в основу розробки нововведень. Наступним кроком є конкретизація досліджень з метою визначення шляхів практичного використання отриманих результатів. В цей період здійснюється уточнення окремих теоретичних питань і отримання конкретних наукових результатів.

Поєднання всіх напрямів наукових досліджень, які необхідні для впровадження нововведень, складає науково-дослідну підготовку виробництва, ефективність проведення якої суттєво впливає на технічний рівень нових розробок. Необхідність постійного підвищення цього показника нововведень ускладнює конструкцію нових виробів і підвищує вимоги до науково-дослідної підготовки виробництва. Використання експериментальних підтверджень дозволяє з високою імовірністю прогнозувати технічний рівень нових виробів, в конструкції яких будуть використані принципово нові рішення. Вони можуть розроблятися із залученням авторських свідоцтв, патентів, ліцензій. Результати науково-дослідної підготовки виробництва в подальшому використовуються в процесі технічної підготовки виробництва, яка розподіляється на конструкторську та технологічну. В процесі конструкторської підготовки виробництва розробляються принципово нові рішення, а також частково використовуються виправдані досвідом експлуатації попередні технічні рішення. Це забезпечує достатній рівень якості та конкурентоспроможності нових виробів. Реалізація результатів конструкторської підготовки виробництва забезпечується заходами, які розробляються та здійснюються в процесі технологічної підготовки виробництва.

Підвищення технічного рівня нових виробів за рахунок впровадження конструктивно-технологічних нововведень та поліпшення сервісного обслуговування є дуже важливими чинниками підвищення конкурентоспроможності продукції.

Збільшення рівня основних технічних характеристик виробів обумовлює відповідне підвищення необхідних витрат для їх створення. Ці витрати для окремих видів виробів можуть бути настільки великими, що виникають проблеми економічного забезпечення реалізації

проектних рішень.

Розробка і впровадження нововведень, без яких не може бути конкурентоспроможною продукцією, потребує значних інвестицій. Однак виведення обігових коштів підприємств порівняно невеликою групою осіб для задоволення власних потреб суттєво гальмує розробку і впровадження нововведень. Труднощі з інвестуванням обмежують впровадження нововведень та підвищення за рахунок цього конкурентоспроможності продукції, а також підприємства-виробника.

Виготовлення нових зразків продукції з підвищеними характеристиками може бути забезпечено за умовою наявності на підприємстві, на якому буде вироблятися продукція, відповідного технічного рівня. Технічний рівень виробництва характеризується ступенем удосконалення та відповідності виробничих потужностей підприємства досягненням технічного прогресу на час створення нових зразків продукції. Існуючий на будь-якому підприємстві технічний рівень виробництва може бути достатнім для одних і недостатнім для інших конструкцій виробів. Недостатній рівень виробництва погіршує чи не забезпечує потрібний рівень якості продукції, а занадто високий – підвищує собівартість виробів за рахунок збільшення амортизаційних відрахувань. В одному та в іншому випадках погіршується рівень конкурентоспроможності продукції. Підвищення технічного рівня виробництва забезпечується шляхом використання прогресивних технологічних процесів, модернізації та удосконалення устаткування, а також впровадження трудових нормативів для визначення трудомісткості операцій та заходів з поліпшення організації праці. Всі заходи з поліпшення технічного рівня виробництва впроваджуються з урахуванням особливостей конкретних видів робіт, підвищують виробничі потужності підприємства та потребують значних витрат ресурсів

Впровадження нововведень у виробництво забезпечує удосконалення технічного рівня підприємств, зростання обсягів випуску продукції, підвищення економічності використання природних ресурсів і поліпшення якості виробів. Таким чином, рівень наукомісткості продукції певним чином впливає на її конкурентоспроможність. Ефективність впровадження у практику нововведень може проявлятися у різних сферах діяльності і відображатися у підвищенні різних оціночних показників:

- зростання фондівіддачі та рентабельності виробництва продукції;
- збільшенні механоозброєності та підвищенні продуктивності праці;
- поліпшенні використання матеріально-

сировинних і фінансових ресурсів;

– скороченні терміну окупності капітальних вкладень та підвищення якості продукції.

Виробничі потужності підприємства будуть зростати при збільшенні дійсного фонду роботи устаткування, його кількості та зменшенні трудомісткості робіт. Важливим чинником, який характеризує виробничі потужності підприємств, є підвищення ступеня використання технологічного устаткування. Розповсюдженим показником екстенсивного використання устаткування є коефіцієнт змінності. Широко відомим показником інтенсивного використання устаткування є коефіцієнт його завантаження. Дійсний фонд роботи устаткування, який безпосередньо впливає на виробничі потужності підприємств, значною мірою визначається коефіцієнтом змінності, а також величиною та періодичністю планових ремонтів. Вони виконуються в певній послідовності. Устаткування складних конструкцій вимагає більше часу на проведення всіх видів ремонтних робіт. Часто в процесі проведення ремонтних робіт проводиться модернізація устаткування з метою підвищення його продуктивності, збільшення рівня техніки безпеки та охорони навколишнього середовища.

Спостерігається тенденція постійного зростання рівня технічних характеристик нових моделей устаткування, що обумовлюється вимогами якісного виготовлення продукції та підвищення продуктивності праці. Як правило, збільшується рівень технічних характеристик, які безпосередньо впливають на продуктивність праці, а також тих параметрів, які виконують сервісні функції. Це призводить до того, що вартість нових моделей устаткування збільшується значно більшими темпами ніж темпи зростання продуктивності нового устаткування. Деякі параметри устаткування зростають до такого рівня, який в реальних виробничих умовах практично не використовується. Все це обумовлює тенденцію зменшення фондівіддачі. Тому удосконалення структури технологічного устаткування необхідно здійснювати на основі економічного обґрунтування.

Оцінювання конкурентоспроможності підприємства на ринку побудована на ретельному аналізі його технологічних, виробничих, фінансових та збутових можливостей. Це дозволяє з'ясувати потенційні можливості підприємства та заходи, які необхідно вжити для поліпшення цієї характеристики.

Результати такого оцінювання беруться за основу при розробці стратегії підприємства, його технічної, асортиментної та збутової політики. Таким чином, впровадження заходів з підвищення якості продукції, зменшення її ціни, удосконалення технічного рівня виробництва можна вважати одними із основних напрямів підприємницької діяльності на промисловому підприємстві. Це дає можливість йому ефективно функціонувати в умовах ринкових відносин.

#### **Висновки**

За результатами здійсненого дослідження виявлені основні напрями забезпечення конкурентоспроможності продукції на промисловому підприємстві, врахування яких є передумовою збереження та розширення ринків збуту продукції. Впровадження заходів, пов'язаних з використанням останніх досягнень науки і техніки, позитивно впливає на конкурентоспроможність продукції. Ці заходи стосуються конструкції виробів, технології їх виготовлення, організації виробництва, засобів обслуговування та ремонту, технічної бази проектування, виготовлення та експлуатації, а також сертифікації продукції. Оскільки підвищення якості продукції потребує додаткових витрат важливе значення набувають економічні чинники, які спрямовані на раціональне використання всіх видів ресурсів. В процесі підприємницької діяльності необхідне поєднання всіх напрямків робіт. В умовах конкурентного ринку підвищення конкурентоспроможності з урахуванням розумної цінової політики дозволяє розширити ринки збуту продукції та поліпшити ефективність функціонування промислового підприємства.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Дзюба Н.В. Опосередковані методи первісного нагромадження капіталу // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.М. Каразіна. Економічна серія. Проблеми прискорення розвитку економіки. – 2001. – № 530. – С.44-48.
2. Куркин Н.В. Инвестиционная деятельность в Украине: оценка состояния, проблемы, перспектива // Вісник Харківський держ. економічний ун-т. – 2000. – № 4(16). – С. 5-10.
3. Куркин Н.В. Организация инновационных процессов: проблемы переориентации // Весник Харьковсого гос. политех. ун-та. Сер. Технический прогресс и эффективность производства. – 2000. – № 128. – С.39-43.

Надійшла до редакції 20.02.2016

Рецензент: д.ек.н., проф. О.А. Паршина

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

*Прялин М.А., Гуцалова В.И.*

*Повышение эффективности работы предприятия путем расширения рынков сбыта продукции за счет улучшения ее конкурентоспособности обуславливает актуальность проведенного исследования. Целью исследования является определение основных направлений предпринимательской деятельности, что способствует повышению конкурентоспособности продукции. Показано, что конкурентоспособности продукции может обеспечить наибольший эффект в условиях чистой конкуренции на рынке. Установлено, что эффективными путями обеспечения конкурентоспособности продукции является обеспечение ее качества, и ценовая политика на предприятии с учетом рынка сбыта. Достижение необходимого качества продукции требует дополнительных затрат. Это обуславливает использование технических и организационных решений по уменьшению себестоимости продукции. Объединение всех направлений работ позволяет повысить эффективность функционирования предприятия, что является основной целью предпринимательской деятельности.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность продукции, предпринимательская деятельность, нововведение, качество продукции.

**COMPETITIVENESS OF GOODS AS DIRECTION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY AT MANUFACTURING PLANT**

*Pryalin M.A., Gutsalova V.I.*

*Raising of plant performance by means of marketing development due to improving of goods competitiveness stipulates relevance of the conducted research. The aim of the research is to determine the main directions of entrepreneurial activity which contribute goods competitiveness improving. It is indicated that goods competitiveness can assure the best outcome in conditions of pure competition at the market. It is stated that effective means of goods competitiveness assurance are securing of its quality and plant's pricing policy taking into account sales market. Achievement of the necessary goods quality requires additional costs. This causes application of technical and organizational decisions aimed at goods cost decrease. Combination of all works directions allows increasing of plant performance improving, which is the main aim of entrepreneurial activity.*

**Keywords:** competitiveness, entrepreneurial activity, innovation, goods quality.