

Данная работа содержит авторское понимание сущности стратегии ценообразования, которая определена как система долгосрочных мер, взглядов и представлений на ценообразование производимых и продаваемых товаров, отличающаяся гибкостью, адаптивностью и свойствами самоорганизации.

Литература

1. Балабанова Л.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства. Монографія. / Л.В.Балабанова, Р.В.Мажинский. – Донецк: ДонДУЕТ, 2005. – 153 с.
2. Воскобойник Ю.П. Функционирование ценового механизма в современных условиях развития аграрного рынка / Ю.П.Воскобойник // Экономика АПК. – 2012. – № 1. – С.185 – 189.
3. Дойль П. Маркетинг, менеджмент и стратегии. Пер. с англ./ П.Дойль. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
4. Юровский Б. Как правильно определить цену: Экономические основы, ценообразование и маркетинг / Б.Юровский // Сборник «Энциклопедия бухгалтера и экономиста». – Харьков: Консульт, 2008. – № 8 (182). – 108 с.

ІННОВАЦІЙНІ ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МЕТАЛУРГІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*О.В.Безсонова, студентка
Одеський національний політехнічний університет*

Сучасне бізнесове середовище – це постійна боротьба, війна за покупця, війна за частку ринку, війна за продукт. В сучасному світі, коли попит створює пропозицію, для кожної компанії життєво важливо бути конкурентоспроможними, виділитися на ринку галузі.

Конкуренція – економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах. Посилення конкуренції у більшості галузей економіки України, прискорення політичних і соціальних змін обумовлює необхідність забезпечення підприємствами стійких ринкових позицій.

Серед напрямів, що потребують дослідження, доцільно виділити шляхи покращення конкурентоспроможності підприємства, що суттєво впливає на розроблення стратегії і тактики діяльності підприємств на ринку. Ця категорія є об'єктом дослідження іноземних та вітчизняних науковців як у межах загальної стратегії (Загорна Т.О., Іванова Ю.Б., Тищенко О.М., Кавасаки Г., Калягин Г.В., Котельніков Д.І. та інші), так і з позицій окремих стратегічних напрямків: стратегічного маркетингу (Антонюк К.І., Борисенко З., Вагин И., Дейли Дж.,

Должанський І.З., Задорожна С.М., Куденко Н.В.), менеджменту (Войчак А.В., Соловійов Б.А.), організації виробництва (Голубков Є.П., Старостіна А.О.) тощо. Безпосередньо розробленню шляхів покращення конкурентоспроможності підприємства присвячено роботи К.І. Антонюк, Д. Траута, С. Дібба, Г. Хулея, О.В. Зозульова [1].

Мета даного дослідження – розробка і реалізація заходів, направлених на підвищення конкурентоспроможності підприємства, працюючого в умовах ЗЕД.

Наразі найбільшим попитом на ринку кольорових металів користується алюміній. Найпотужнішими представниками цього ринку є такі компанії як ОК РУСАЛ, Alcoa Inc., Rio Tinto Group. Всі ці компанії відрізняє на ринку незмінна якість кінцевого продукту – чистий алюміній з мінімальною кількістю домішок, а також незмінно якісний сервіс. Проте дані компанії виставляють високу ціну за власну продукцію [2,3].

Сучасний світ – це світ постійного руху, дуже швидкий і динамічний. Таким чином, наразі зазначеним вище металургійним лідерам починає конкурувати металургійні компанії Китаю, які пропонують швидке виробництво, нижчі ціни за готову продукцію, проте не найкращу якість. Отже, для металургійних компаній сьогодні є проблема як утримати позиції лідера на ринку.

Одним із факторів підвищення конкурентоспроможності металургійного підприємства є створення, розвиток і підтримка власних науково-дослідницьких центрів на підприємствах. Доцільність створення таких НДІ полягає у тому, щоб власне працівники підприємств, які є втілювачами технологій, мали б можливість пропонувати власні ідеї щодо удосконалення технології. Це по-перше, було б мотиваційним важелем для персоналу, а по-друге, хто як не працівники підприємств знають всі «вузькі місця» свого підприємства.

Для здійснення цієї пропозиції необхідне залучення наукових кадрів, які б слідували б за появою нової техніки і технологій та/або могли б дослідити правильність запропонованої працівником технології.

В основному ж звісно треба звертати увагу на появу технологій, які б економили ресурси або які економили час виготовлення продукції, а найголовніше – із збереження або покращенням існуючої якості продукції.

Слід зазначити також, що із наведених вище компаній-лідерів галузі лише Rio Tinto Group є виробником не лише алюмінію, а й інших видів металів. Якщо звернутися до існуючої технології виробництва перш за все глинозему (продукт, вироблений із бокситів, що є напівфабрикатом для виробництва

алюмінію), то можемо побачити, що внаслідок обробки бокситу утворюється гідроксид алюмінію, а також гідроксид заліза, який продається в решті решт іншим компаніям. Менеджменту підприємств доречно було б проаналізувати можливість виробництва заліза, що допомогло б підприємствам утримувати лідируючі позиції щодо величини капіталу, а також, у довгостроковій перспективі, принесло би прибутки, частину яких можна було виділити на фінансування вище зазначених науково-дослідницьких інститутів.

Отже, інноваційний підхід до виробництва, створення, розробка власних технологій та створення нових видів виробництв з метою збільшення прибутків є тими факторами, які дозволять утримати та закріпити конкурентні позиції сучасних металургійних підприємств.

Література

1. Афанасьев М.П. Корпоративное управление на российских предприятиях. / М.П.Афанасьев. – М.: АО «Интерэксперт», 2000. – 448 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. / Р.А.Фатхутдинов. – М.: ЭКСМО, 2004. – 544 с.
3. Кузнецова В.А. Социально-психологические аспекты менеджмента: учебное пособие / В.А. Кузнецова, О.В. Магомедалиева. – Орел: Орел ГТУ, 2008. – 89 с.

УМОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

*О.Р.Беліцька, студентка,
Т.І.Черкасова, к.е.н., професор
Одеський національний політехнічний університет*

Сучасні умови розвитку української економіки, значною мірою визначаються станом, рівнем і масштабом використання потенціалу інноваційної діяльності промислових підприємств, що забезпечує необхідний рівень конкурентоспроможності та підтримання ділової активності в умовах безперервно мінливого зовнішнього середовища. В якості найважливіших елементів продуктивних сил інноваційної економіки повинні виступати нестандартні теоретичні знання, втілені у високодохідних інтелектуальних технологіях, що забезпечують корпоративним учасникам ринку лідерство в вирішенні задач конкурентоспроможності шляхом створення і реалізації наукоємних товарів. Значення інноваційної діяльності для підприємств постійно зростає.

Дослідженням впливу інноваційної активності підприємства на його економічне зростання присвячено праці багатьох вчених. Серед них: В. Беренс,