

службой в моменты контроля отдельных элементов процесса. Нанесенные на карты контрольные границы соответствующие отличному, хорошему, удовлетворительному и неудовлетворительному уровням работы, дают наглядное представление о работе каждого элемента (производственный участок, цех и т.д.). Периодичность нанесения баллов на контрольные карты определяется руководителем, который принимает те или иные решения на основе анализа контрольной карты (рис.1).

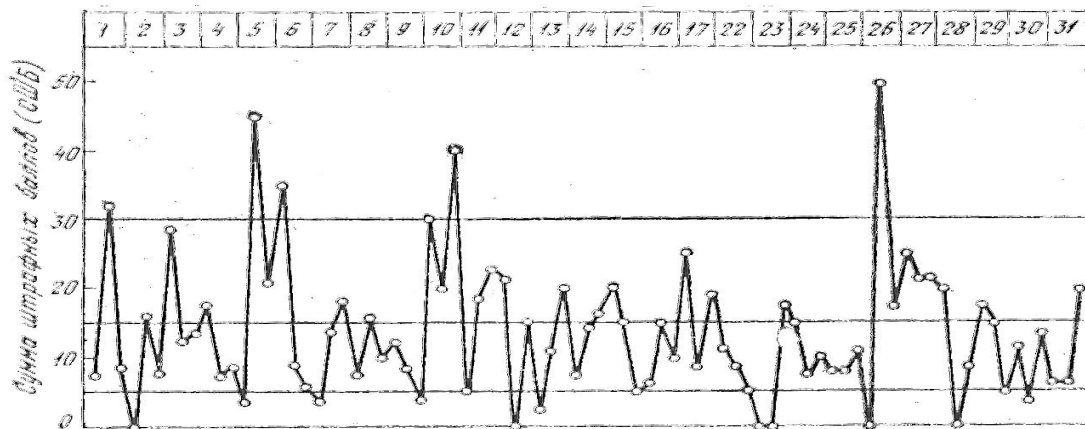


Рис. 1. Контрольная карта

В качестве примера, на рисунке показана контрольная карта с суммами штрафных баллов, присваиваемых контрольной службой крупного производственного предприятия за нарушения технологического регламента каждую рабочую смену. В основном качество работы оценивается как хорошее или удовлетворительное. В отдельные смены (5, 6, 10 и 26 января) качество работы было признано неудовлетворительным, что потребовало принятия срочных мер. Получаемые в результате контроля балльные оценки работы использовались для материального стимулирования работников.

На основе описанных методов разработано и внедряется автоматизированное рабочее место, которое позволяет существенно уменьшить затраты, связанные с обработкой данных, улучшить взаимодействие между разными подразделениями предприятия (общая база данных), а грамотно обработанная и систематизированная информация, представленная в виде контрольных карт, является в определенной степени гарантией эффективного управления производством.

Литература

1. Даниленко Е.Л. Математико-статистические методы оперативного контроля случайных процессов. - В кн: Исследование операций и АСУ. Киев: Вища школа, 1982, вып. 19, с. 31-39.
2. Мердок Дж. Контрольные карты. М.: Финансы и статистика, 1986. - 132 с.
3. Большев Л.Н., Смирнов Н.В. Таблицы математической статистики. М.: Наука, 1983. - 416 с.
4. Даниленко Е.Л. Об использовании обобщенного приведенного показателя качества. - Заводская лаборатория, 1975, № 1.
5. Даниленко Е.Л. Метод балльных оценок для контроля качества технологических процессов. - Стандарты и качество, 1975, № 10. С. 40-41, 62.

УПРАВЛІННЯ ЦІНОВОЮ ПОЛІТИКОЮ

Ісмагілова Ю.
Ковтуненко Ю.В.

Одеський національний економічний університет

На сучасному етапі розвитку економіки ефективність діяльності підприємства залежить від здатності адаптуватися до змін у середовищі та використовувати ці зміни на користь у своїй діяльності: передбачати і змінювати структуру товарного асортименту, обґрунтовано підходити до процесу ціноутворення та впроваджувати нові інструменти гнучкого ціноутворення.

В умовах ринкової економіки важливого значення набуває процес ціноутворення, тобто процес встановлення цін на товари та послуги. Посилюється її роль у регулюванні внутрішніх відносин між апаратом управління підприємством і його структурними підрозділами та безпосередньо між самими підрозділами в процесі господарської діяльності. Ціна справляє великий вплив на ефективність підприємства, оскільки відіграє важливу роль при формуванні його прибутку. Водночас прибуток є основним показником для оцінки досягнутих результатів діяльності підприємства. Управління цінами та ціноутворенням є важливим напрямом управління, як на стратегічному, так і на тактичному рівні.

Ціна є прямим каналом зв'язку підприємства з ринком, результатом взаємодії зі споживачами та конкурентами. З іншого боку, ціна є результатом взаємодії внутрішніх бізнес-процесів [53, С.49].

Мають місце в основному дві системи ціноутворення:

– централізоване, котре припускає формування цін державними органами на основі витрат виробництва і звертання;

– ринкове, засноване на базі взаємодії попиту та пропозиції.

Задач ціноутворення [13, С.97]:

– встановлення ціни, що задовольняє покупця при оцінці корисності товару;

– встановлення ціни, що дає можливість покрити витрати виробництва і обігу;

– облік регулюючого впливу держави;

– установа ціни, що забезпечують рівноправність кожного учасника руху товарів.

Ціна на будь який товар складається з окремих елементів. Основними з них є собівартість і прибуток. Їх наявність в ціні є обов'язковою. Крім того, до складу ціни можуть входити акцизний збір, податок на додану вартість, націнки постачальницько-збутових організацій, торговельні надбавки або знижки.

На ринковий механізм ціноутворення, впливають такі умови [3]:

– кількість суб'єктів ринку (продавців і покупців): чим їх більше, тим у меншому ступені змінюється ціна;

– незалежність суб'єктів ринку: чим їх менше, тим більше можливостей як у продавців, так і в покупців впливати на рівень ціни і навпаки;

– ступінь індивідуалізації продукції (робіт, послуг): чим більш різноманітний їхній асортимент, тим більша можливість того, що окремі їхні види зможуть витримати загальний напружений стан ринку;

– зовнішні обмеження: на рівень цін на ринку впливають такі чинники, як попит, пропозиція, державне регулювання цін і інші.

Основні умови для здійснення процесу ціноутворення в ринковій економіці безпосередньо на підприємстві:

– економічна самостійність;

– комерційні умови діяльності;

– захищеність;

– конкуренція на ринку;

– рівновага ринку.

Так як основними ціноутворюючими факторами є величина і динаміка попиту та пропонування продукції. Ринком та попит встановлюють верхню границю рівня цін, а витрати — нижній. Кінцеві споживачі та закупщики промислових товарів зрівноважують ціну на товари та види послуг із врахуванням отриманої вигоди від можливості мати чи користуватися товаром чи послугою. Проте ступінь свободи формування продавцем ціни змінюється в залежності від типу ринку.

За ринкових умов господарювання можуть застосовуватися різноманітні методи ціноутворення. У цілому всі методи ціноутворення можна поділити на витратні та маркетингові.

До основних витратних методів ціноутворення належать:

– метод «середні витрати плюс прибуток»;

– метод «середні витрати плюс прибуток» і забезпечення цільового прибутку;

– метод мінімальних витрат;

– метод ціноутворення із підвищенням ціни шляхом надбавки до неї;

– метод цільового ціноутворення.

До маркетингових методів належать такі методи:

– визначення ціни і з орієнтацією на попит;

– визначення ціни на основі аналізу мінімальних прибутків і збитків;

– визначення ціни на основі максимального піку прибутків і збитків;

– визначення ціни з орієнтацією на конкурентів;

– визначення ціни з орієнтацією на ринкові ціни;

– встановлення ціни шляхом слідування за цінами офіційних лідерів на ринку;

– метод визначення престижних цін;

– суперницький метод встановлення цін;

– встановлення ціни на основі відчутної цінності товару.

Існує два підходи до ринкового ціноутворення: встановлення індивідуальних цін та встановлення єдиних цін. Перший формується на договірній основі в результаті переговорів між покупцем та продавцем. Другий характеризується тим, що покупці купують товар за однаковою ціною.

Отже, в умовах ринкової економіки важливого значення набуває процес ціноутворення, тобто процес встановлення цін на товари та послуги. Посилюється її роль у регулюванні внутрішніх відносин між апаратом управління підприємством і його структурними підрозділами та безпосередньо між самими підрозділами в процесі господарської діяльності. Ціна справляє великий вплив на ефективність підприємства, оскільки відіграє важливу роль при формуванні його прибутку. Водночас прибуток є основним показником для оцінки досягнутих результатів діяльності підприємства. Управління цінами та ціноутворенням є важливим напрямом управління, як на стратегічному, так і на тактичному рівні.

Література

1. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика : Навч. посіб. / К.: КНЕУ, 2005. – 393 с.
2. Чудний О. Законодавчі засади державної цінової політики та проблемні питання її реалізації в Україні / О. Чудний // Економіка України : політико-економічний журнал. – 2005. – № 10. – С. 48-52.
3. К. А. Котеленець. Маркетингова цінова політика підприємства та напрямки її удосконалення. Режим доступу: <http://rusnauka.com>

РОЛЬ ИННОВАЦІЙ В ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНЦИИ

Кандеева В.В.
Гао Фей
Фен Динди

Одесский национальный политехнический университет

Конкуренция меняет наши представления о роли инноваций, и об их влиянии на конкурентоспособность как отдельно взятого предприятия, так и экономики страны в целом. Сегодня стабильность развития экономики страны, прежде всего, связана с переходом на инновационный путь развития. Основной задачей развития любого промышленного предприятия является непрерывное обновление технической и технологической базы производства, а также освоение и выпуск новой конкурентоспособной продукции.

Как отмечал Шумпетер Й., при смене экономических эпох происходит пять типичных изменений в экономическом развитии: использование новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства (купля-продажа); внедрение продукции с новыми свойствами; использование нового сырья; изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения; появление новых рынков сбыта. Этих положений вполне достаточно для характеристики современного периода мирового развития как перехода к новой экономической эпохе - к инновационному обществу, экономике, основанной на знаниях, когда значительно возрастает роль инноваций и инновационных технологий. Термин «инновация» он ввел в экономическую теорию и практику в начале XX в. Он определял инновацию, как «...комбинирование новым способом существующих факторов производства, воплощенных в новых заводах, и, как правило, в новых формах, либо новые товары или еще не опробованные методы (производства), либо производство с использованием новых средств производства» [1].

Понятие "инновация" имеет множество классических определений, которые включают в свое понятие: процесс улучшения или изменения, творческую идею, преобразования в экономической, технической, социальной и иных областях, связанные с новыми идеями, изобретениями, открытиями, введением нового, новый подход или конечный результат деятельности.

Таким образом, инновации являются движущим фактором, который ведет к расширению номенклатуры товаров, созданию новых методов производства, к созданию новых потребностей, снижению себестоимости продукции, открытию новых рынков, притоку инвестиций, а также ведут предприятия к лидерству. Инновация рассматривается как процесс качественного изменения, посредством внедрения новых изделий, удовлетворяющие общественные потребности и дающие экономический эффект.

Деятельность по созданию, освоению, использованию и распространению инноваций называется инновационной. Инновационная деятельность выступает посредником между потребителем и научно-техническим прогрессом. Без инновационной деятельности все новые разработки никогда не получат своей реализации в виде конкретного товара. На сегодняшний день, в условиях жесткой конкуренции, инновационная деятельность является платформой для повышения конкурентоспособности предприятия и удержания его на рынке.

Таким образом, инновационная деятельность - это процесс последовательного превращения идеи в товар через этапы фундаментальных и прикладных исследований, конструкторских разработок, маркетинга, производства, сбыта.

Активизация инновационной деятельности важна не только для отдельно взятого предприятия, но и для страны в целом. Потому что только при развитии науки, техники и технологий предприятие становится конкурентоспособным. Именно инновационная деятельность способна обеспечить непрерывное обновление технической и технологической базы производства, освоение и выпуск новой конкурентоспособной продукции, эффективное проникновение на мировые рынки товаров и услуг, обеспечения стабильного развития экономики. Для того, чтобы развиваться, двигаться вперед, совершенствовать свою деятельность необходимы высокие темпы внедрения инноваций, сокращение жизненного цикла продукции, применение современных технологий и знаний, а также высокий потенциал работников.

Изменения в технике и технологии играют ключевую роль в историческом развитии общества, в том числе и экономической системы. В развитых странах повышению эффективности экономики и переход к новому этапу ее роста происходит с помощью внедрения новых технологий, которые создают новые производственные возможности.

Уровень развития характеризуется технологическим укладом. Технологический уклад - совокупность технологий, характерных для определенного уровня развития производства; в связи с