

Bibliography (transliterated): 1. Skljарuk T. V. *Analizuvannjavplivutransakcijnihvitratnaefektivnist' virobnicho-gospodars'koïdijal'nostisub'ektarinku* T. V. Skljарuk Visnik Nacional'nogouniversitetu "L'vivs'kapolitehnika": – L'viv: L'vivs'kapolitehnika, 2009. – Vip. 640 :Problemi ekonomiki ta upravlinnja. – P. 196–202. 2. Buleev I. P. *Upravlenietransakcionnyhizderzhkami v perehodnojekonomike* I. P. Buleev NAN Ukrainy. In-t jekonomikipromyshlennosti. – Doneck, 2002. – 154 s. 3. Jerrou K. *Vozmozhnostipredelyrnykakakmekhanizmaraspredelenijaresursov* K. Jerrou THESIS. – 1993. – T.1, vyp. 2. – P.53–68. 4. Breaden C.H. *Transaction costs and economic institutions* Text. C.H. Breaden, P.G. Toumanoff The political economy of freedom : essays in honour of F.A. Hayek ed. by K.R. Leube, A.H. Zlabinger. München, 1984. – P. 156–194. 5. Kouz R. *Prirodafirmy* R. Kouz JeKO :Jekonomikaiorganizacijapromyshlennogoproizvodstva. – 1993. – №2. – P. 66–82. 6. Menar K. *Jekonomikatransakcionnyhizderzhke: otteoremyKouza do jempiricheskikhissledovaniij* K. Menar Institucional'najajekonomika. Pod obshh.red. A. Olejnika – M. : INFRA-M, 2005. – 704 p. 7. Jeggertsson T. *Jekonomicheskoeovedenieiinstituty* T. Jeggertsson. – M. :Delo, 2001. – 408 p. 8. North D. *Institutions* D. North Journals of Economic Perspectives, 1991. – Vol.5. – Nip. 97. 9. Matthews R. *The Economics of Institutions and the Sources of Growth* R. Matthews Economic Journal. – 1986. – P. 903–910. 10. Jones G.R. *Transactions Costs Analysis of Strategy-Structure Choice* G. R. Jones Hill Strategic Management Journal, Vol. 9, Issue 2, P. 159–192. 11. Radaev V.V. *Rossijskijbiznes: strukturatransakcionnyhizderzhke* V. V. Radaev Obshhestvennyenaukiisovremennost'. – 1999. – №6. – P. 5–19. 12. Olejnik A. N. *Institucional'najajekonomika: uchebnooposobie* A. N. Olejnik. – M. : INFRA-M, 2000. – 416 p. 13. Arhiereev S. I. *Transakcionnyeizderzhkiineravenstvo v uslovijahrynochnojtransformacii* S.I. Arhiereev. – H. :Biznes Inform, 2000. – 288 p.

Надійшла (received) 17.09.2014

УДК 339.166.5

О.І. САВЧЕНКО, канд. екон. наук, проф. НТУ «ХП»;
В.Ю. ВЕРЮТИНА, ст. викл. НТУ «ХП»

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ АНАЛІТИЧНИХ УГРУПУВАНЬ ПРИ УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сутність ефективності застосування економіко-математичних моделей. Охарактеризовано основні фактори, що впливають на економічну ефективність використання ресурсів: обсяг виробництва, продуктивність праці, фондвіддача, технічний та організаційний рівень виробництва, матеріальні витрати. Здійснено аналіз використання виробничого потенціалу та визначено нові перспективні прогнозовані показники діяльності підприємства.

Ключові слова: виробничий потенціал, економічна ефективність, метод аналітичних угруповань, адаптаційний потенціал.

Вступ. Інноваційному розвитку країни, побудові інноваційної національної системи потрібна взаємодія законодавчої бази, ринку інтелектуальної власності і забезпеченні відповідними людськими ресурсами. Зазвичай, саме великі промислові підприємства визначаються як найбільш

ефективні інноватори. Інноваційна активність середніх і малих фірм в 2-2,5 рази нижча.

Відповідно до економічних устоїв, зміна технологій і уривчастість, з якою впроваджуються нові технології, призводить до того, що на ринку технологій доки не існує певних правил гри. У таких умовах багато альтернативних

© О.І.Савченко, В.Ю.Верюгіна, 2014

технологій конкурують один з одним за визнання їх як галузевого стандарту. Технологічний розвиток відбивається не лише на виробничих процесах підприємства, а і при формуванні економіки країни в цілому. У виграші сьогодні виявляються ті підприємства, які постійно прагнуть до розвитку, формуючи водночас конкурентні переваги на основі активізації інноваційної діяльності [1].

Країни, які досягли рівня розвитку постіндустріального суспільства, можуть дозволити собі підтримувати тільки найбільш наукомісткі виробництва. Саме монополльне володіння ринками наукомісткої продукції і забезпечує економічне благополуччя цих країн. Міжнародна конкуренція все більш визначається своєчасним, орієнтованим на споживача товарним втіленням нових технологій або їх комбінацій в конкурентоздатні продукти, процеси і системи на світовому ринку.

Для підвищення ефективності управління виробничим потенціалом (ВП) підприємства необхідно впровадження як існуючого досвіду, враховуючи закордонні концепції, так і розробка методичного та методико - практичного інструментарію з метою формування і використання ВП.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання аналізу, формування та використання виробничого потенціалу підприємств досліджувались у роботах вітчизняних та закордонних вчених Амельченко А.В., Євдокімова Ф.І., Гетьман О.О., Краснокутської Н.С., Чичкало-Кондрацької І.Б., Д. Косицьки, Д.Сакай, Б.Синтай. Ефективне управлінське рішення базується на ґрунтовному аналізі. При проведенні аналізу виробничого потенціалу проводять оцінку стану обладнання, завантаження, зносу, рівень технології, впровадження інновацій у виробничий та технологічний процес.

Мета дослідження. Метою дослідження є обґрунтування визначення основних інструментів для використання необхідних управлінських заходів та доцільності їх застосування.

Матеріали досліджень. Інтегральною характеристикою інноваційної активності в економіці країни вважається доля інноваційно-активних фірм, яка визначається за підсумками інноваційних оглядів. Особлива увага при цьому приділяється промисловим підприємствам виробничого сектору, які створюють технологічні інновації. В зв'язку з цим, об'єктом нашого дослідження є Українська науково-виробнича асоціація "УКРКОКС" (23 підприємства і організації), Державне підприємство "Український Державний Углекислотний інститут (УХІН)" і Державне підприємство "Державний інститут проектування підприємств коксохімічної промисловості (Гіпрококс)".

Для того, щоб мати можливість порівнювати світовий технологічний прогрес потрібен аналіз існуючих підходів до процесів формування технологій в країнах з ринковою економікою, що сформувалася, і країнах, економіка, яких розвивається. У країнах першого типу винахідницька діяльність, яка є основою для появи патентів, набуває масового масштабу. Проте коефіцієнт винахідницької активності в країнах з економікою, яка розвивається, має тенденцію до зменшення, його значення знаходиться в межах від 1.1 до 2.0. Для порівняння - коефіцієнт винахідницької активності у Німеччині - 5.8, у США - 4.9, в Південній Кореї майже 11 [2].

Реалізація завдання ефективного управління ВП базується на провідних концепціях менеджменту. Переходячи на мікрорівень підприємства, зазначаємо, що в науковій літературі [5,6] описані різні підходи до визначення структури внутрішніх складових організації. Серед них виділяють:

- структуру корпорації, її культуру і ресурси;
- стратегічні цілі, структуру, завдання, технологію і людей;
- раду директорів, службовців і культуру корпорації;
- рівні менеджменту, компетенції топ - менеджменту (концептуальна, виробнича, професійна, комунікаційна), ролі менеджера (міжособистісна, інформаційна, при ухваленні рішень).

Відповідно до цілей і завдань нашого дослідження розглянемо технологію як індикатор успішної ринкової діяльності підприємства. Важливо оцінити місце технологічної складової в сукупності показників, які забезпечують успіх підприємства. Будемо стверджувати, що основна доля ринкового успіху підприємства пов'язана саме з його технологічним рівнем, який безпосередньо базується на таких показниках, як ринкова ціна продукції, що залежить від рівня витрат виробництва, її якості, термін експлуатації, забезпеченість запчастинами тощо.

Багатофакторний аналіз при цьому обумовлюється необхідністю виявлення окремих структурних складових технологічного впливу, їх порівняння з фінансами, тимчасовими можливостями підприємства, внутрішньовиробничими структурними змінами. Саме тому, чинники інвестиційної політики і інноваційних змін мають важливе значення не лише на макрорівні, але і на рівні окремих підприємств.

Метод аналітичних угруповань застосовується менеджерами з метою поліпшення використання виробничих потужностей, визначення економічної ефективності концентрації виробництва.

Наприклад, групування підприємств здійснюється за різними показниками, що характеризують розмір та характер виробництва за:

1. обсягом виробництва у нормативній вартості обробки(НВО);
2. чисельністю промислово-виробничого персоналу (ПВП);
3. вартістю основних виробничих фондів (ОВФ);

4. кількістю технологічного обладнання (універсальні та спеціальні машини);

5. рівнем спеціалізації виробництва (кількістю видів виробів, питомою вагою головного виду виробів, коефіцієнта спеціалізації);

6. виробничою потужністю у трудо-годинах;

7. обсягом випуску продукції на один виробничий потік;

8. асортиментом;

9. коефіцієнтом використання виробничої потужності (КВП);

10. наявністю виробничих площ, у том числі підготовчих цехів та цехів випуску продукції.

Досліджується вплив розмірів та характеру підприємства (за групуванням) на зміни:

1) продуктивності праці:

а) виробітку на 1 працюючого;

б) виробітку на основного працівника;

в) виробітку на основного працівника виробничого цеху.

2) фондовіддачі:

а) усіх виробничих фондів;

б) основних виробничих фондів;

в) активної частини основних фондів.

3) виходу продукції:

а) з 1 м² загальної площі;

б) з 1 м² площі виробничих цехів.

4) коефіцієнта використання площі;

5) фондоозброєності:

а) працюючих;

б) працівників;

6) коефіцієнта використання потужності;

7) обігу оборотних коштів;

8) площі озброєності на 1 працюючого та працівника;

9) структури площ (питома вага площі підготовки, розкрою, виробництва);

10) рентабельності (до виробничих фондів);

11) рентабельності (до вартості реалізованої продукції);

12) виходу продукції з 1 універсальної та 1 спеціальної машини;

13) питомої ваги спецмашин у парку технологічного обладнання;

14) витрат на 1 млн грн. товарної продукції;

15) кількості працюючих.

Необхідна інформація для формування завдання вибору оптимального авантажування залежно від різноманітних умов виробництва з урахуванням впливу поза виробничих факторів методом аналітичних групувань у сполученні із методом побудови кореляційних залежностей.

При вирішенні питань розміщення нового виробництва менеджер повинен також враховувати:

1. Потреби у виробках певного виду продукції у даному регіоні.
2. Наявність трудових ресурсів.
3. Можливості виробництва існуючих підприємств.
4. Терміни будівництва та терміни освоєння.
5. Питомі капіталовкладення.
6. Співвідношення виробничих та позавиробничих витрат.
7. Транспортні витрати.

Адміністрації підприємства необхідна постійна консультативна комп'ютерна підтримка, щоб оцінювати економічне становище підприємства залежно від економічних нормативів та моделювати найефективніші варіанти його розвитку. В алгоритмізовану схему економічної діяльності підприємства включаються всі основні балансові співвідношення, що характеризують виробничий процес.

Прогнозовані показники продуктивності праці, прибутку, зарплати, фондодідачі, матеріаломісткості, обігу коштів, капітальних вкладень порівнюються з чисельністю промислово-виробничого персоналу, необхідними відрахуваннями до бюджетів та фондів, фінансовими резервами, амортизацією з урахуванням економічних нормативів оплати фондів та трудових ресурсів, позавиробничих витрат тощо.

Дослідження науково-технічної діяльності УНВА "УКРКОКС" у 2013 році характеризується показниками виконаних наукових розробок в загальній кількості - 373, з них переважають, спрямовані на створення нових видів виробів - 181, у тому числі нових видів техніки - 76. Нові технології представлені 135 розробками, з них ресурсозберігаючих було 92; нових видів матеріалів - 10; нових методів, теорій - 5.

Важливо виділити які, саме, джерела інформації стали критично важливими для створення технологічних інновацій. Автори до них відносять: вищі учбові заклади (НТУ "ХПІ") і державні наукові центри; внутрішні джерела організацій; ринкові джерела: постачальники виробничого устаткування, програмного забезпечення, інформація про споживачів і конкурентів.

Відомий австрійський учений Д. Шнайдер [4] дає визначення технології як "практичне застосування" науково-технічних ноу-хау для реалізації функціональних характеристик товарів і засобів їх виробництва.

Технологію визначаємо як комплекс основних принципів функціонування виробів, отримання матеріалів і виробничих процесів, які певним чином впливають на життя суспільства, і забезпечують конкурентне середовище.

Інформаційні і комунікаційні технології відносяться не лише до виробництва і просування продукції, а також значно підвищують ефективність управління.

Так, нові технології на УНВА "УКРКОКС" були представлені ресурсозберігаючими - 68%, новими видами матеріалів - 7%, новими методами, теоріями - 3%. Радикальні інновації змінюють не лише виробничу структуру, але і маркетингові можливості (виготовлення виробів відповідно до індивідуальних

вимог покупців, можливість економічного випуску малих серій, забезпечення заданої якості тощо).

Країни з економікою, яка розвивається часто мають перевагу по витратах у виробництві, наприклад, за рахунок низької оплати праці. З цієї причини їх доступ до технологій дозволяє їм ефективно конкурувати на товарних ринках. Такий підхід притаманний галузям, які не потребують висококваліфікованої робочої сили. Однією з головних причин розвитку таких країн протягом 1980-х років було відносно швидке зростання торгівлі наукомісткою продукцією.

Наукомісткою будемо визначати продукцію, яка запатентована; товари, які продаються під торговельними марками та продукти із захистом авторських прав.

Досліджуючи зарубіжні інформаційні джерела, зазначаємо, що торгівля наукомісткою продукцією мала більш вагомий темп зростання у порівнянні із загальним обсягом торгівлі продукції переробної промисловості.

За таких умов актуалізується питання захисту прав інтелектуальної власності як джерела технологічного розвитку. Відсутність прав інтелектуальної власності значно скорочують чисті прибутки від використання об'єктів інтелектуальної власності. Саме тому важливим є вивчення питання про ступінь впливу прав інтелектуальної власності на темпи інноваційного розвитку. Ця проблема є особливо важливою для країн, які розвиваються, тому що у деяких з них відсутні міжнародні договори у галузі захисту прав на інтелектуальну власність та інші.

Прибічники відкритих інновацій стверджують, що посилення прав інтелектуальної власності тільки зміцнить монополію великих компаній, у порівнянні з менш розвиненими країнами. Аналіз показав, що дуже мало емпіричних досліджень, які оцінюють важливість прав інтелектуальної власності в розвинених і менш розвинених країнах, також не існує достатнього теоретичного дослідження, яке забезпечує належні підстави для такої оцінки. Дифузія технологій може бути проілюстрована на прикладі Кореї, де Північна Корея є розробником інновацій, тоді як Південна Корея імітує технології, які були винайдені на півночі.

Основним аргументом на користь посилення прав інтелектуальної власності є те, що вони стимулюють інновації, які в умовах глобалізації призводять до світової вигоди. На жаль, у ряді країн не вважають цей аргумент переконливим.

Наведемо основні технології, які досягли найбільшого потенціалу розвитку: генна технологія, технології створення програмного забезпечення (Software), мікросхемотехніка, телекомунікаційні технології, технології отримання нових матеріалів тощо. Вони знаходять застосування на підприємствах аерокосмічної промисловості, комп'ютерної індустрії, медичної техніки, фармацевтичної промисловості, машино- і приладобудування, автомобільної промисловості, побутової електроніки, підприємств військово-промислового комплексу тощо.

Впровадження програмно-цільового управління базується на більш детальному предметному фокусуванні. Для цього приведемо класифікацію технологій за принципом концепції життєвого циклу (табл.):

Таблиця - Класифікація технологій на основі концепції життєвого циклу

Типи технологій	Характеристика технологій
Базові технологія	Традиційні технології, які відомі усім і які використовують усі підприємства, що конкурують
Нові технології	Виникають на основі нових знань, отриманих в результаті фундаментальних досліджень
Прогресуючі технології	Знаходяться на ранній фазі свого життєвого циклу
Ключові технології	Покращують або погіршують конкурентні позиції і поступово стають при цьому усе більш загальноживаними
Зріла технологія	Характеризується технологічною ефективністю
Альтернативна технологія	Реагує на процеси, що відбуваються в конкретній галузі
Технології, що витісняються	Колишні базові технології, які замінюють повністю або відтісняють в периферійну область ринку ключові технології
Стимулюючі технології	Здійснюють вплив на інші технології
Інноваційні технології	Певний ряд інструментів і механізмів для здійснення інноваційної діяльності, сприяння процесу пошуку інноваційних рішень, а також важіль стимулювання і регуляції цієї діяльності

З точки зору стратегічної конкурентоспроможності істотну роль відіграє ступінь новизни технології і міра її впровадження в різну товарну номенклатуру.

При аналізі внутрішньої структури підприємства, визначають потенціал підприємства - управлінський, виробничий, економічний, адаптаційний [8]. Детальніше розглянемо технологічний потенціал.

Компоненти технологічного потенціалу одночасно являються і об'єктами його управління. Головними є технологічні ресурси.

Технологічні ресурси - комплекс характеристик стану і можливостей конструкторсько-технологічного забезпечення надійної, якісної, з високими споживчими властивостями, конкурентоздатної ринкової продукції; виробничого устаткування і виробничих площ; енергетичного і інших видів забезпечення. Однією з інтегральних характеристик є здатність забезпечувати безперервне оновлення продукції (послуг), модернізацію техніко-технологічних і виробничих процесів. Йдеться про технологічну гнучкість виробництва, його сприйнятливість до нововведень. Сюди ж відносяться і технологічні ресурси господарсько-організаційних зв'язків.

Слід зазначити, що джерелом фінансування технологічних інновацій є виключно власні засоби підприємств. Так, витрати на технологічні інновації коксохімічних підприємств в 2013 році склали 121477,4 тис.грн. З них на придбання науково-технічних розробок було витрачено 2259,8 тис.грн., машин, устаткування і програмного забезпечення - 4385,6 тис.грн., придбання інших зовнішніх знань - 6982,2 тис.грн., інші витрати включали 107849,8 тис.грн.

Виникнення технологічних інновацій корелюється з досягненнями науки. На міжнародному рівні в науково-технічну політику різних країн стали включатися заходи із сприяння інноваційної активності.

Якщо підприємству вдається (наприклад, за допомогою безперервних розробок) постійно утримувати свій технологічний потенціал поза досяжністю конкурентів або забезпечити його надійний патентний захист, тоді такі технології можуть тривалий час використовуватися, для того, щоб товари підприємства позитивно виділялися від продукції конкурентів.

Науково-технічні розробки відкривають стратегічний напрям для потенційних можливостей ринкового втілення товарів, значення якого, як правило, в різних галузях проявляється не відразу. Це робить технології предметом процесу купівлі-продажу і в той же час виникають певні труднощі з маркетингу технологій.

Поряд з виробничим потенціалом виділяють інноваційний та адаптаційний потенціал підприємства.

За допомогою адаптаційного потенціалу визначають:

- фактичний стан технології на підприємстві. Комплексний аналіз виробничого процесу за усіма технологічними ланцюжками, який дозволяє виявити існуючий технологічний потенціал. При цьому повинен враховуватися технологічний рівень інших виробничо-господарських ланок підприємства, у тому числі систем постачання і закупівель, транспорту, розподілу, стану якості продукції, зв'язків тощо з визначенням технологічності продукції і виробничих процесів;

- технологічні тенденції в галузі, в країні, за кордоном. Оцінюються напрями, які підприємство ще не використовувало у своїй діяльності. Вони можуть відноситись також до матеріально-технічного забезпечення і збуту за системою "Just in time", організації кооперації із субпідрядниками, випуску нової продукції і матеріалів з використанням мережі власного технічного обслуговування або в кооперації з іншими підприємствами тощо;

- можливості підвищення технологічного рівня;

- виявлення напрямів і варіантів модернізації існуючої технології або повного переходу на нову, підвищення продуктивності і техніко-технологічних характеристик існуючого устаткування або впровадження нової техніки.

Необхідно також знати, наскільки нова технологія сумісна з поточним і майбутнім виробництвом в організаційному та кадровому напрямку.

Висновки. Таким чином, "постіндустріальне суспільство" і "суспільство знань" активно проявляє здатність науки удосконалити будь-яку галузь промислового виробництва. При цьому, будь-яке виробництво може перетворитися на високотехнологічне за умов вкладання певних засобів в його наукову компоненту. Поняття "технологічність" і "наукомісткість" слід розрізняти. У разі "високотехнологічності" усі "дослідницькі" витрати йдуть на конструювання, макетування, випробування і доведення прототипу. Доля витрат на дослідження і розробки в кінцевій вартості продукції досить мала навіть для високотехнологічних виробництв. Саме нові технології стають головною рушійною силою конкурентної боротьби у глобальному економічному просторі. Вони впливають не лише на конкуренцію усередині певної галузі, але і змінюють міжгалузеву структуру. Технологічний прогрес дозволяє підприємству використовувати переваги в технічних ноу-хау або технологіях, так, щоб за допомогою абсолютно нових товарів скористатися шансом для відкриття нового ринку і створити бар'єри для проникнення конкурентів на цей ринок.

Список літератури: 1. *Амельченко А.В.* Теоретические и методологические основы оценки развития промышленного предприятия: монография/А.В.Амельченко. – СПб.:СПбГИЭУ, 2007. –

249с. **2 Хромов Г.С.** Инновации и вокруг них //Научоведческие исследования. М.: ИНИОН РАН, 2008. с. 243. **3 Миндели Л.Э., Хромов Г.С.** Научно-технические системы промышленно развитых стран в начале мирового экономического кризиса:2007-2009.М.: ИПРАН РАН, 2012.с.117-119. **4 Brockhoff K.:** *The Dynamics of Innovation*, Berlin, 1999. **5 Дитер , Шнайдер:** Введение в маркетинг технологий и высокотехнологичных товаров производственного назначения. Русск. изд. под ред. А.И. Грабченко – Харьков: НТУ «ХПИ», 2003. -454с. **6 Gupta A.K./Raj,S.P./Wilemon, D:** *A Model for Studying R&D – Marketing Interface in the Product Innovation Process*, in: *Journal of Marketing*, Vol.50, 1986, April, s.323-354. **7 Карлов Б.** Деловая стратегия: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. -239с. **8 Савченко О.І.** Економічні проблеми адаптації промисловості в умовах перехідного періоду економіки України, автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, Харків, 1998. **9** Годовой отчет УНПА «УКРКОКС» за 2012. -107с. **10 Н.І.Костіна, А.А.Алексеева, О.Д. Василик** Финансове прогнозування: методи та моделі: Навчальний посібник. -К.: Товариство «Знання», КОО, 1997. -183 с. **11 Чухрай Н.І.** Формування інноваційного потенціалу промислових підприємств: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія.- Львів: Націоналуи-т «Львівська політехніка», 202.-315 с. **12 Отенко І.П., Малирєц Л.М.** Механиз управления потенциалом предприятия. Научное издание. –Харьков: Изд-во ХГЭУ, 2003. -220 с. **13 Отенко І.П.** Методические основы управления потенциалом предприятия. Научное издание. –Харьков: Изд-во ХНЭУ, 2004. -216 с. **14 Новикова І.В.** Інноваційний потенціал підприємства: оцінка та фінансово-інвестиційне забезпечення розвитку. Автореферат дис.канд.екон.наук.- К.: КНЕУ, 2003.-20с. **15 Шипуліна Ю.С.** Управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств. Дисертація канд.екон.наук.-Х.: НТУ «ХПБ», 2006.-119с. **16** Науково-технічний потенціал НТУУ «КПБ» в 2007 р.-К.: НТУУ «КПБ», 2006.-203 с. **17 Лисин Б.К., Фридлянов В.Н.** Инновационный потенциал как фактор развития // Инновации. - 2002.-№7(54).-С.17-34. **18 Ленеїко Т.І., Колесников А.А.** Управление формированием стратегического потенциала предприятия. – Науковий журнал Харківського національного економічного університету «Економіка розвитку» 3; (32)-2004 –с. 98 – 101. **19 Ленеїко Т.І., Колесников А.А.** Сущность и структура потенциала предприятия в современных условиях. // Экономика: проблемы теории та практики. Збірник наукових праць. Випуск 199: в 4 т. том 1. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2005. –с.284-292.

Bibliography (transliterated): **1.** Amelchenko A.V. *Teoreticheskie i metodologicheskie osnovy ocenki razvitiya promyshlennogo predpriyatiya: monografiya*/A.V.Amelchenko. – SPb.:spbgiue, 2007. – 249p. **2.** Xromov G.P. *Innovacii i vokrug nix //naukovedcheskie issledovaniya*. М.: inion ran, 2008. P. 243. **3.** Mindeli L.E., Xromov G.P. *Nauchno-texnicheskie sistemy promyshlenno razvityx stran v nachale mirovogo ekonomicheskogo krizisa:2007-2009.m.:* ipran ran, 2012. P.117-119. **4** Brockhoff K.: *The Dynamics of Innovation*, Berlin, 1999. **5** Diter Shnajder: *Vvedenie v marketing tehnologii i vy'sokotexnologichny'x tovarov proizvodstvennogo naznacheniya*. Russk. izd. pod red. A.I. Grabchenko – Xar'kov: NTU «XPI», 2003. -454p. **6.** Gupta A.K./Raj,P.P./Wilemon, D: *A Model for Studying R&D – Marketing Interface in the Product Innovation Process*, in: *Journal of Marketing*, Vol.50, 1986, April, p.323-354. **7.** Karlov B. *Delovaya strategiya*: Per. s angl. – М.: E'konomika, 1991. -239p. **8.** Savchenko O.I. *Ekonomiczni problemi adaptacii promislivosti v umovax perexidnogo periodu ekonomiki Ukraini*, avtoreferat dissertacii na zdobuttia naukovogo stupenya kandidata ekonomichnix nauk, Xarkiv, 1998. **9.** *Godovoj otchet UNPA «UKRKOXS» za 2013.* -107p. **10** N.I.Kostina, A.A.Alekseeva, O.D. *Vasilik Finansove prognuzuvannya: metodi ta modeli*: Navchal'nij posibnik. -K.: Tovarisstvo «Znannya», KOO, 1997. -183 p. **11** Chuxraj N.I. *Formuvannya innovacijnogo potencialu promislivix pidpriemstv: marketingove ta logistichne zabezpechennya*: Monografiya.- L'viv: Nacionyuun-t «L'viv's'ka politexnika», 202.-315 p. **12.** Otenko I.P., Malyarec L.M. *Mexaniz upravleniya potencialom predpriyatiya*. Nauchnoe izdanie. –Xar'kov: Izd-vo XGEU, 2003. -220 p. **13** Otenko I.P. *Metologicheskie osnovy' upravleniya potencialom predpriyatiya*. Nauchnoe izdanie. –Xar'kov: Izd-vo XNEU, 2004. -216 p. **14.** Novikova I.V. *Innovacijnij potencial pidpriemstva: ocinka ta finansovo-investicijne zabezpechennya rozviku*. Avtoreferat dip.kand.ekon.nauk.- K.: KNEU, 2003.-20p. **15** Shipulina Yu.P. *Upravlinnya potencialom innovacijnogo rozviku promislivix pidpriemstv*. Disertaciya kand.ekon.nauk.-X.: NTU «XPI», 2006.-119p. **16** *Naukovo-texnichnij potencial NTUU «KPI» v 2007 r.-K.:* NTUU «KPI», 2006.-203 p. **17** Lisin B.K., Fridlyanov V.N. *Innovacionny'j potencial kak faktor*

rozvitiya // Innovacii. -2002.-№7(54).-P.17-34. **18** Lepejko T.I., Kolesnikov A.A. *Upravlenie formirovaniem strategicheskogo potenciala predpriyatiya.* – Naukovij zhurnal Xarkivs'kogo nacional'nogo ekonomichnogo universitetu «Ekonomika rozvitku» 3; (32)-2004 -P. 98 – 101. **19** Lepejko T.I., Kolesnikov A.A. Sushhnost' i struktura potenciala predpriyatiya v sovremennyx usloviyax. // Ekonomika: problemi teorii ta praktiki. Zbirnik naukovix prac'. Vipusk 199: v 4 t. tom 1. – Dnipropetrovs'k: DNU, 2005. -P.284-292.

Надійшла (received) 17.09.2014

УДК 338.45:334.78

М.В. МИРОШНИК, канд. економ. наук, доц. НТУ «ХП»;

С.В. ЧЕРНОБРОВКІНА, асис., НТУ «ХП»;

М.О. ЖУРАВЛЬОВА, студент НТУ «ХП»

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОРУ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В статті проаналізовано загальні тенденції формування іміджу підприємства, визначено, що імідж підприємства є сукупністю бажаного, реального та необхідного іміджу. Розроблена Канва цінності продукту / послуги, яка допомагає проектувати, тестувати і формувати пропоновану споживачам цінність більш структурованим і продуманим методами. За результатами досліджень побудована «зірка» відповідності окремих показників іміджу ціннісній орієнтації споживачів

Ключові слова: імідж, підприємство, споживач, цінності споживача

Вступ. Включення України в систему трансринкових відносин зумовили необхідність розробки, а також адаптації методів, механізмів, інструментів управління і регулювання виробництва, розподілу, торгівлі, споживання, які будуть відповідати реаліям ринкових умов певного ринку та стануть основою безперервного процесу відтворення.

У міру зростання обсягів виробництва, розподілу, структури своєї продукції і послуг, а також можливостей експорту-імпорту, загострюються питання реалізації. З одного боку, посилюються загрози надвиробництва і відповідних їм криз надвиробництва. З іншого боку, зростають можливості регулювання збуту на основі різних методів і прийомів продажів (знижки, розпродажі та інше).

Одним з основних інструментів поліпшення ринкового становища підприємства є його фірмовий імідж. В умовах різноманіття вибору на ринку, при відносній ідентичності запропонованої продукції та послуг різних підприємств в рамках однієї товарної групи і по мірі насичення споживання, наявність сильного корпоративного іміджу є потужним інструментом у боротьбі за споживача.

Аналіз основних досягнень літератури. З питань формування іміджу опубліковано значну кількість наукових праць, монографій, статей, підручників і