

3) даже если на предприятии ранее не осуществлялся мониторинг ДДС и уже выявлено состояние овертрейдинга, можно оперативно принять меры, изменить организационную и юридическую структуру, сократить расходы и остановить развитие бизнеса, чтобы спасти компанию и репутацию на рынке.

Список литературы: 1. Бухгалтерский учет. <http://www.tepka.ru/buh/52.html>. 2. Левчаев П.А. Финансы предприятий национальной экономики. <http://www.elective.ru/arts/eko01-k0232-p13943.phtml>. 3. Камфер Ю. Об отражении выручки при реализации товаров. http://jurists.su/pravo/Konsultaciy_nalogi_ipravo_ob.html 5. Управление овертрейдингом развивающихся торговых сетей. Бобкова Н. В., Карпов Э. А. – Материалы III научно – технической конференции ОАО «ОЭМК». Старый Оскол, 2010 г., с. 196.

Надійшла до редколегії 23.05.2012

УДК 339.1

О.М. ГАВРИСЬ, канд. екон. наук, професор, НТУ «ХП», Харків,
М.А. АНТОНЕНКО, асистент, НТУ «ХП», Харків.

ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ РИНКУ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОДУКЦІЇ

В статті досліджуються проблеми збуту машинобудівної продукції України з погляду сучасної теорії товарознавства непродовольчих товарів. Проаналізовано основні товарні групи машинобудівної галузі та проблеми розвитку для кожної з них. Досліджено основні причини неефективної збутової політики та виявлено напрямки підвищення ефективності збуту.

В статье исследуются проблемы сбыта машиностроительной продукции Украины с точки зрения современной теории товароведения непродовольственных товаров. Проанализированы основные товарные группы машиностроительной отрасли и проблемы развития для каждой из них. Исследованы основные причины неэффективной сбытовой политики и намечены направления повышения эффективности сбыта.

In the article the problems of Ukrainian machinery sale are probed from point of modern non-food commodity science. The basic commodity groups of machinery and problem of development are analysed for each of them. Principal reasons of uneffective sale policy and found out directions of increase of sale efficiency are investigated.

Вступ. З переходом України до ринкових відносин у машинобудівних підприємств виникла потреба у пошуку ринків збуту. Для випуску конкурентоздатної продукції підприємствам необхідне комплексне технологічне переозброєння, яке пов'язане з оновленням продукції, технології та технічних засобів. Проблемою для машинобудівних підприємств є обмеженість фінансових ресурсів, оскільки амортизаційні фонди не здатні забезпечити оновлення основних засобів навіть на старій технічній основі, а інвестори не зацікавлені у довгострокових та ризикованих проектах.

З іншого боку департаменти збуту не є ключовими у більшості сучасних машинобудівних підприємств. Керівництво підприємств приділяє багато уваги інноваційним продуктам, оптимізації виробництва, розробці стратегії, при цьому створення власного департаменту збуту залишається поза увагою. Вартість будь-якої компанії може бути суттєво підвищена за рахунок ефективного управління запитів клієнтів. Тому питання збуту машинобудівної продукції є достатньо актуальними з погляду сучасної теорії товарознавства непродовольчих товарів.

Метою даного дослідження є аналіз сучасного стану машинобудівної галузі та визначення проблемних аспектів збуту машинобудівної продукції.

Аналіз ринку машинобудівної продукції. Машинобудівна галузь незалежної України починала свій розвиток із занепаду. Розрив єдиного машинобудівного комплексу СРСР залишив підприємства без налагоджених зв'язків, технологічних виробничих ланцюжків та без коштів. Ринок машинобудівної продукції заповнювався товарами зарубіжних корпорацій. Відродження машинобудівного виробництва неможливе без відновлення зруйнованої за період реформування матеріально-технічної бази, оновлення і підвищення ефективності виробничого апарату і його структури.

Машинобудівна галузь України розвивається в рамках більше 20 спеціалізованих підгалузей та нараховує близько 11 тисяч підприємств різних форм власності. Це складає близько 20% від усіх промислових підприємств нашої держави (рис.).

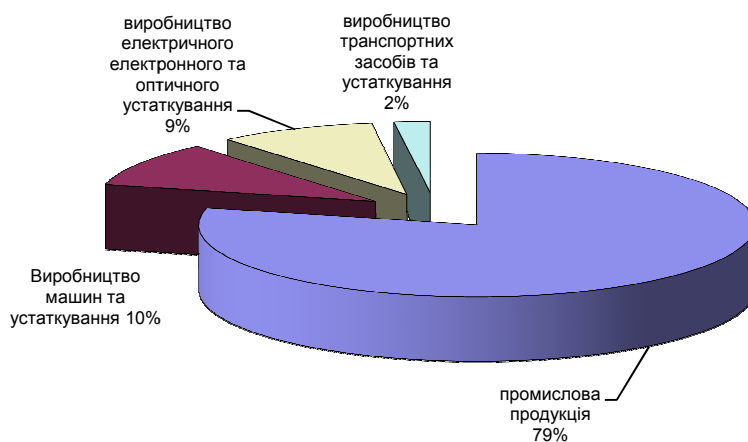


Рис. – Кількість промислових підприємств за видами діяльності [1]

У структурі експорту промисловості України більше 30% традиційно займає металургійна продукція, машинобудівна складає близько 16%. Це є свідченням того, що наша держава експортує сировину, а готова продукція не завжди конкурентоздатна на зовнішньому ринку. За даними Держкомстату України у товарній структурі зовнішньої торгівлі за січень-вересень 2010 року машинобудівний сектор представлений такими товарними групами: котли, машини, апарати і механічні пристрої (6,2% загального обсягу); електричні машини і устаткування (4,8%); залізничні або трамвайні локомотиви, шляхове обладнання (4,6%); наземні транспортні засоби (1,1%); аеронавігаційні або космічні апарати (0,2%); плавучі засоби морські або річкові (0,4%); прилади і апарати (0,5%); годинники (0,0%); музичні інструменти (0,0%) [2].

У залежності від того, на який ринок орієнтована продукція, машинобудівних підприємств, виділяють 5 основних груп галузей машинобудування [5].

1 Група галузей інвестиційного машинобудування (важке машинобудування), розвиток таких підприємств визначається, перш за все, інвестиційною активністю металургійного, будівельного, енергетичного та транспортного комплексів. Підприємства важкого машинобудування України ще з радянських часів були націлені на випуск ковальського, пресового та металургійного обладнання, прокатних станів, спеціальних металоріжучих станків для металургії, обладнання для доменних та сталеварних печей, компресорів, насосів, вугільних комбайнів, бурових установок, потужних підйомних машин та ін. Проте за часів незалежності цей список значно збіднів. Українські підприємства гірничо-металургійного комплексу віддають перевагу іноземним виробникам. Зокрема це «Siemens-VAI» та «Danieli», німецька компанія «SMS Demag».

Причинами програшу конкурентної боротьби є, по-перше, машини та агрегати західних компаній більш якісні, надійні та ефективні, по-друге, іноземні підприємства мають замкнутий цикл виробництва, по-третє, західні машинобудівні підприємства можуть працювати в кредит, під низькі відсотки та з відстрочкою платежу на декілька років. Вітчизняні підприємства енергетичного машинобудування випускають обладнання для усіх видів електростанцій, а саме генератори, котли, парові гідравлічні турбіни, атомні реактори, дизельні мотори та ін. Більшість цієї продукції експортується до Росії, Казахстану, Туркменії, Узбекистану, Азербайджану.

2 Група підприємств тракторного та сільськогосподарського машинобудування, машинобудування для перероблювальних галузей АПК та підприємств легкої промисловості, підприємств цієї групи залежать від платоспроможності госпвиробників та перероблювачів сільськогосподарської продукції. Ситуація у сільськогосподарському машинобудуванні України дуже складна. Вітчизняні підприємства не мали можливості розвивати та модернізувати свою продукцію. У результаті цього випускають енергоємні, матеріалоємні, невисокої якості та малоефективні сільськогосподарські машини. Асортимент продукції вузький, не може задовольнити попит. Наприклад, із необхідних чотирьох модифікацій комбайнів в Україні виготовляється лише одна. В основному аграрії імпортують необхідну техніку, більшість якої іде з Росії та Білорусі. При чому Україна імпортує більше сільськогосподарської техніки, ніж випускає її сама.

3 Залізничне машинобудування, спрямоване на задоволення попиту залізничного господарства країни. Українські машинобудівні підприємства виготовляють в основному лише вантажні вагони, цистерни та локомотиви. Близько 80% цієї продукції експортується до Російської Федерації. У той час як українська залізниця купує вагони російського виробництва.

4 Автомобільна промисловість, випуск продукції якої орієнтований на попит кінцевих споживачів (виробництво легкових автомобілів), а також на потребу підприємств, фірм та виконавчих органів влади (виробництво вантажівок та автобусів). Після розпаду СРСР майже всі автопромислові підприємства України розвиваються кооперативно з іноземними виробниками. В Україні є 4 автовиробники, які здатні вести повномасштабне виробництво автомобілів (ЗАЗ, у складі «УкрАвто», «Єврокар», «Богдан» та КрАСЗ).

5 Електротехніка, приладобудування, верстатобудування – група наукоємних галузей, так званих комплектуючих, що розвиваються услід за потребами усіх інших галузей промисловості, включаючи і саме машинобудування. У радянській Україні виготовляли майже всю верстатну номенклатуру: токарні, фрезерні, агрегатні, шліфувальні, деревообробні. Зараз виготовляються лише деякі види верстатів згідно замовлень. Майже вся продукція іде на експорт. Основними ринками збуту є пострадянські країни, найбільше експортується до Росії та Білорусії.

Із загальної картини стану машинобудування України випливає, що близько половини підприємств збиткові, експортна продукція неконкурентоспроможна на ринку, основні фонди зношені. У такій ситуації надзвичайно важлива інноваційна та інвестиційна активність, яка направлена на технологічний розвиток. Встановлення стабільного інвестиційного клімату для України є надзвичайно важливим.

Особливості збуту машинобудівної продукції. Вирішальну роль у розміщенні машинобудівних підприємств відіграють такі фактори як орієнтація на споживача, сировину, робочу силу та науковий потенціал. Розміщення машинобудівних підприємств знаходиться у прямій залежності від техніко-економічної специфіки виробництва, у першу чергу від конструктивної складності виробу. Ряд підприємств тяжіє до науково-дослідних та дослідно-конструкторських центрів. Ці виробництва розміщуються у великих містах, де зосереджена наукова база країни. У першу чергу це підприємства автомобілебудування та ті, що виготовляють електротехніку, радіотехніку, прилади та станки.

Матеріаломісткі види виробництв орієнтуються на сировину. Наприклад, підприємства важкого машинобудування знаходяться в основному у Донецько-Придніпровському економічному районі, там де є масове виробництво металу. Чимала доля машинобудівних підприємств потребує значних затрат праці, тому націлена на розміщення трудових ресурсів. Не останню роль відіграє і розміщення споживача. Оскільки дешевше перевозити метал та комплектуючі вироби, ніж важкотранспортабельну та громіздку машинобудівну продукцію. Особливо сільськогосподарське машинобудування тяжіє до місць споживання готової продукції.

Транспортне машинобудування забезпечує випуск тепловозів, електровозів, залізничних вагонів, легкових та вантажних автомобілів, річних та морських суден. Виробництво тепловозів металомістке, тому розміщене в металургійних центрах та залізничних центрах. Вагонобудування та вагоноремонтні заводи знаходяться у великих залізничних вузлах – Києві, Харкові, Львові, Одесі, Дніпропетровську.

Електронна та радіотехнічна промисловість базується у великих промислових центрах, де наявні висококваліфіковані кадри та науково-дослідні інститути. Основними центрами цієї галузі є Київ, Харків, Сімферополь, Одеса. Під-

приємства верстатобудування належать до середньо- та малометалоємних, тому можуть розміщуватися як у великих, так і середніх та малих містах. Найбільшими центрами приладобудування та виробництва інструментів є Київ, Харків, Дніпропетровськ, Донецьк, Запоріжжя, Одеса та ін.

Підприємства тракторобудування та сільськогосподарського машинобудування орієнтовані у розміщенні на споживача, причому спеціалізація підприємств відповідає профілю сільського господарства району. Трактори різного призначення випускають у Харкові, Дніпропетровську, Херсоні, Тернополі та Хмельницькому. Заводи по випуску сільськогосподарських машин є у Миколаєві, Херсоні, Первомайську, Мелітополі, Білій Церкві, Донецьку, Ніжині, Житомирі та ін.

Проведений аналіз показав, що незважаючи на складне економічне становище машинобудівних підприємств, ця галузь має великий потенціал та потребує підтримки на рівні держави. Підприємства, у першу чергу, повинні здійснити дослідження ринку та виявити перспективні напрямки розвитку. Активну участь у розробці та впровадженні оновленої продукції повинна приймати маркетингова служба підприємства. Грунтуючись на вимогах та уявленнях споживачів про нову чи оновлену продукцію на підприємстві слід виконати науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи та визначитися із технологією виробництва. Технологи та маркетологи основним своїм завданням мають створення виробу, який би мав ринкову новизну, ширше задовольняв потреби і мав ширше коло споживачів. Проблемою для підприємств є і недостатній зв'язок між науковцями і виробниками. Зв'язок між розробкою ідеї та її впровадженням майже відсутній, а у конкурентній боротьбі виграє той, хто швидше і якісніше виготовляє новий продукт та виходить з ним на ринок.

Висновки. Аналіз підприємств машинобудування засвідчив, що основні фонди зношені, технології виробництва застарілі, продукція часто неконкурентоспроможна. Для машинобудівних підприємств особливістю є складність виробничих процесів, капіталоємність, специфіка продукції. Конкурентоспроможність української машинобудівної продукції за часів незалежності була втрачена, спостерігається зниження технологічного та науково-технічного рівня виробництва. Розвиток галузі пов'язано із створенням нової продукції, новими ринками збуту, договорами з клієнтами, що приведе до змін у організації бізнес-процесів, які пов'язані з доставкою сировини, її зберіганням та постачанням.

Список літератури: 1 Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>. 2 Статистичні дані Держкомстату України. Товарна структура зовнішньої торгівлі за січень-вересень 2010 року [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. 3 Статистичні дані Держкомстату України. Обсяги реалізованої продукції (робіт, послуг) за 2001 – 2009 роки [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. 4 Обсяг реалізованої продукції за основними видами промислової діяльності за січень – жовтень 2010 року. Експрес-випуск Держкомстату України від 26.11.2010, № 284 [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. 5 Машиностроение: текущие тенденции [Текст] // Машиностроение Украины. – 2008.- № 22(36). – С. 6-10.

Надійшла до редколегії 02.05.2012

УДК 656.2

А.Ю. ГОРБАЧ, студентка. Державний економіко-технологічний університет транспорту, Київ

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ ІТ В РОБОТІ ХАРКІВСЬКОГО МЕТРОПОЛІТЕНУ ТА ДЕЯКІ ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Робота присвячена дослідженню сучасних транспортних проблем мегаполісів на прикладі м. Харків та способам їх усунення, найефективнішим з яких є розвиток метрополітену. Приведені деякі історичні факти, характеристика діючої інфраструктури, а також застосування нових ІТ в роботі метрополітену та їх рентабельність.

Работа посвящена исследованию современных транспортных проблем мегаполисов на примере г. Харьков и способам их устранения, самым эффективным из которых является развитие метрополитена. Приведены некоторые исторические факты, характеристика действующей инфраструктуры, а также применение новых ИТ в работе метрополитена и их рентабельность.

The article is devoted to studying of modern traffic megapolis problems on the example of Kharkiv and the methods of its solution, the most effective of which is the development of subway. There are some historical facts, the existing infrastructure reference, and new IT applying in the subway operation and its efficiency.

Умови життя в мегаполісі вимагають значних щоденних перевезень жителів міста. За умов щільної забудованості, збільшення кількості особистих автомобілів та зростаючих потреб населення система наземних видів транспорту не в змозі забезпечувати в повному обсязі потреби міського населення.

Основні проблеми мегаполісів:

- Зростання обсягів пасажиропотоків;
- Зростання вимог до транспортного обслуговування міста;
- Ускладнення руху на автодорогах за рахунок збільшення кількості особистих автомобілів.

Можливі два способи вирішення цих проблем:

1) Реконструкція вуличної мережі найбільш напружених районів міста та оновлення парку автомобільного транспорту, але це не завжди можливо, у бі-