

Нами було віднесено до *внутрішніх факторів*: інноваційний, виробничий та фінансовий потенціал; якість та ціна товару; сервіс, реклама та імідж фірми; конкурентоспроможність продукції / послуг; витрати на експлуатацію або споживання продукції / послуг.

А до *зовнішніх*: кон'юнктура ринку; конкурентне середовище; нормативно-правові та патентні вимоги та стандарти.

Таким чином, ці фактори являють собою систему, що забезпечує конкурентоспроможність продукції і, відповідно, підприємства в цілому. Значення кожного окремого фактора різне в залежності від ринку, характеру конкуренції, стадії життєвого циклу продукції тощо. Також необхідно відмітити, що впливаючи на конкурентоспроможність продукції, фактори приводять до зміни один одного.

Вивчення умов конкуренції, конкурентів та споживачів дозволяє будівельному підприємству визначити свої переваги та недоліки та побудувати успішну конкурентну стратегію.

Список літератури: 1. Политическая экономия. Словарь. – М.: Политиздат, 1983. – 188 с. 2. *Азоев Г.Л., Челенков А.П.* Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с. 3. *Азоев Г.Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. 4. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року №2210-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. - №12. – с.64.

Е.П. ЧЕКАЛІНА, к.е.н., *Н.Г. СІКЕТІНА*, НТУ „ХП”, Харків

ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Українські промислові підприємства в ринковій економіці мають діяти за умов конкуренції.

Для ефективної діяльності в умовах конкуренції доцільно випускати продукцію, яка буде потрібна споживачам для задоволення їхніх потреб та

реалізована у повному обсязі. За рахунок цього має досягатися певний рівень прибутку від реалізації.

У такому разі актуальності набуває процес планування на підприємстві, і, зокрема, планування його виробничої потужності.

Планування — це наукове передбачення майбутнього розвитку суспільства, його перебігу та результатів; розробка планів економічного й соціального розвитку підприємства; взаємопов'язана система заходів, які забезпечують досягнення передбачуваних результатів його діяльності.

Планування виробничої потужності підприємства також дає відповідь на питання можливого скорочення надлишкових виробничих потужностей, що знайде відображення у результатах діяльності підприємства.

Планування виробничої потужності і програми відноситься до поточного планування.

Спочатку визначається номенклатура, асортимент продукції та обсягу її виробництва; але перед цим, необхідно з'ясувати вплив на них як зовнішній, так і внутрішніх факторів.

Зовнішні фактори проявляються у ємкості ринку товарів, а внутрішні сконцентровані у виробничій потужності підприємства.

Алгоритм розрахунку:

- проводяться дослідження ринку товару та розраховується його ємкість;
- визначається доля ринку товару конкурентів;
- визначається доля ринку товару досліджуваного підприємства як різниця між ємністю ринку прийнятого за одиницю та долі ринку конкурентів;
- розраховується виробнича потужність досліджуваного підприємства;
- зіставляються долі ринку товару досліджуваного підприємства у кількісному виразі з його виробничою потужністю та приймається рішення відносно встановлення виробничої програми.

Після розрахунку виробничої потужності доцільно привести у відповідність до неї виробничу програму підприємства.

Виробнича програма має бути меншою або дорівнюватиме потужності, і не перевищувати частку ємності ринку, що займає на ринку досліджуване підприємство.

Таким чином, використавши наведену нами методику, можна планувати та випускати потрібну ринку кількість продукції, що забезпечить ефективне використання обігових засобів підприємства.

Після планування виробничої потужності та обґрунтування виробничої програми можна прогнозувати виручку від реалізації товару на ринку.