

**УПРАВЛІННЯ РОВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

*М.О. Акулюшина*, к.е.н., доц.

*Є.О. Кобальчинська*, асистент

*Н.Ю. Курдес*, студентка

Одеський національний політехнічний університет,  
м. Одеса

Розбалансованість і хронічна дефіцитність вітчизняного ринку, нагнітання в канали обігу незабезпеченої грошової маси, відсутність конкуренції виробників і суперництва серед покупців поряд із неврегульованістю численних правових і фінансових питань функціонування спільних підприємств в Україні викликають у партнерів та іноземних інвесторів непевність у завтрашньому дні. Тому вони шукають таких способів збагачення, які не пов'язані з довгостроковими вкладеннями капіталу у сферу промислового виробництва та освоєнням нових технологій разом із українськими підприємцями.

Переваги, надані законодавством спільному підприємству порівняно з національним, заохочували вітчизняних бізнесменів формально реєструвати спільні підприємства як прикриття від податків, розуміючи, що внесок іноземного партнера не дасть реального ефекту, буде суто символічним. Таким чином, державні заходи для стимулювання припливу іноземного капіталу давали зворотний ефект. Створенні й функціонуючі спільні підприємства часто перетворювались на канали відпливу за кордон вітчизняних господарських і сировинних ресурсів.

Разом з тим, не можна допустити, щоб залучення до використання іноземних інвестицій завдало шкоди національній економіці або в процесі приватизації найрентабельніші й найперспективніші підприємства скуповувалися іноземним капіталом.

Створення спільних банків з участю закордонного капіталу, високий інтерес іноземних фірм до ринку цінних паперів, що має стати в перспективі серйозним важелем мобілізації вільних грошових накопичень для економічного розвитку України, визначають необхідністю високого ступеня нагляду й регулювання діяльності іноземного капіталу з боку держави. Важливо створювати умови для залучення інвестицій насамперед у базові галузі економіки України, проекти і програми, пов'язані з технічним і технологічним переоснащенням промисловості, де вже є виробничі площі, відпрацьовано необхідну інфраструктуру, є кваліфіковані кадри і виникла потреба в у впровадженні прогресивної технології та техніки.

Реалізація таких потреб проектів спроможна принести швидку віддачу, відновити промисловість України, забезпечити швидке зростання національного виробництва і насичення внутрішнього ринку необхідними виробничими й споживчими товарами. Для здійснення великих проектів доцільним було б створення фондів фінансування конверсійних програм з участю держави, вітчизняних та іноземних підприємств. Для активізації інтелектуальної діяльності, напевне, корисним було б створення спільних підприємств у сфері виробництва інтелектуального продукту країнами Східної Європи. Маючи близький до нас технологічний рівень виробництва, країни колишньої РЕВ просунулися значно далі й мають великий досвід спільної діяльності з фірмами західних країн.

Затяжний характер кризових явищ в Україні посилює потребу в залученні прямих іноземних інвестицій у національну економіку. Це допомогло б у створенні передумов для безболісної адаптації країни до вимог світового господарства і ринку, подоланні технологічної відсталості й не конкурентоздатності багатьох галузей народного господарства. Насичення споживчого ринку неможливе без залучення іноземних інвестицій у промисловий комплекс України на довгостроковій основі. Створення умов для переливу вітчизняного та іноземного капіталів у виробничу сферу економіки країни стає найважливішим чинником виживання України.

Узагальнюючи, слід визначити стратегії розвитку інвестиційної сфери та головні напрямки орієнтації у подоланні перешкод, що стають на шляху інтеграції національних підприємств у світову економіку.

До головних стратегій розвитку підприємств та їх інвестиційної сфери, а також залучення прямих іноземних інвестицій можна віднести: імпортозамінна стратегія; стратегія, спрямована на вихід вітчизняного виробника на європейські ринки; а також стратегія створення фінансово-промислових груп; укріплення позицій національної валюти.

Перша стратегія – імпортозамінна – передбачає серйозний захист, потенціальне конкурентоспроможних секторів (принаймні, на визначений період часу).

Друга стратегія – означає отримання довгострокових переваг в цілому для економіки та у торгівлі товарами та послугами. При цьому однією з найважливіших перешкод у її реалізації є різні підходи до стандартизації та оцінюванні якості і безпеки вітчизняних товарів. Саме тому часто виникає ситуація коли вітчизняний виробник, що орієнтований на виробництво продукції під вимоги європейського ринку практично не представляє свій продукт на вітчизняному.

Однак, слід зазначити, що імпортозамінна стратегія не є вирішальною на сучасному етапі розвитку світових господарських відносин. Її навіть відносять до стратегії минулого, яка в сучасному розумінні має негативний вплив на економіку країни. Замкненість внутрішніх ринків знижує конкурентоспроможність

підприємств у галузях, що підлягають захисту, за рахунок страти потенціальних конкурентних переваг, що створюються при вході на зовнішні ринки. Крім того, ця стратегія в політичних умовах України матиме низьку ефективність у зв'язку з високим рівнем корупції та державна політика захисту буде мати шкідливі наслідки.

Імпортозамінна стратегія також має негативний вплив на суміжні галузі. Оскільки її реалізація призводить до встановлення більш високих цін порівняно зі світовими на кінцеві товари, отож підвищуються ціни постачальників, що відштовхує інвесторів зі суміжних галузей. Окрім цього, імпортозамінна сприяє створенню сильного лобі з боку місцевих виробників, які впливають на прийняття рішень, що перешкоджають проникненню іноземних інвесторів.

Література:

1. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 2004. – 800 с.

2. Костіна, Г. Д. Поведінка споживачів на ринку товарів і послуг / Г. Д. Костина, Н. К. Моїсеєва. – М.: Омега-Л, 2010. – 176 с.

3. Механізми та інструменти менеджменту діяльності сучасного підприємства: [колективна монографія] / С.В. Філіппова, С.К. Харічков, М.О. Акулюшина, М.О. Панченко, Т.Б. Городецька, Є.О. Кобальчинська, під ред. С.К. Філіппової та С.К. Харічкова. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 176 с.

## **ПЛАНУВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА**

*М.О. Акулюшина*, к.е.н., доц.

*К.П. Телюх*, студентка

Одеський національний політехнічний університет,  
м. Одеса

В ринкових умовах господарювання розробка плану виробництва і продажу продукції є центральним завданням комплексного планування техніко-економічного розвитку підприємства. План виробництва визначає генеральний напрям діяльності всіх структурних підрозділів підприємства, виступає основою поточного внутрішньовиробничого планування.

Ринок вимагає:

- випуску адресної продукції та виконання різноманітних робіт і послуг;
- оновлення продукції з ініціативи покупців і, відповідно, частих закупок ресурсів;
- планування наступальних дій на конкурентів; здійснення продуманих бюджетних витрат і т. д.

Гнучка виробнича політика підприємства може входити в конфлікт з цілями окремих підрозділів і служб, які налаштовані на масове виробництво, обмежену кількість видів продукції, стабільні плани, стійкий фінансовий стан, пасивне відношення до конкурентів.

У процесі планування виробництва і продажу продукції повинен досягатися компроміс між можливостями випуску і збуту продукції, здатністю нової продукції повноцінно замінювати стару, витратами і прибутком, потенціалом розвитку і капіталовкладеннями, вигодою від освоєння нової продукції і ризиком. Тому в процесі розробки планів виробництва продукції необхідно визначити множинні цілі і стимулювати погодження дій між окремими підрозділами.

Вузким місцем в діяльності багатьох підприємств є сфера продажу, тому в основу планування збуту закладається ідея про розвиток ринку.

У рамках будь-якого плану формується загальна картина діяльності підприємства та можливостей, які дозволяють реагувати на зміну ринкової ситуації.

Першим кроком для складання плану продажу є збір вихідної інформації про становище на ринку.

Дані про ринок є надзвичайно необхідними, оскільки показники збутової діяльності підприємства в минулому не дозволяють оцінити збут у перспективі. Тільки аналіз співвідношення між обсягом обороту і дією ринкових факторів дає можливість отримати реальні оцінки розвитку продажу в майбутньому.

Вітчизняні підприємницькі структури мають недостатній досвід передбачення обсягів, структури, географії продажу, вивчення ринків збуту продукції.

На західних підприємствах для оцінки ринку аналізуються показники:

- динаміка чисельності населення з розбивкою по районах і вікових групах. Така інформація важлива при організації продажу товарів широкого вжитку;
- споживання товарів в розрахунку на душу населення. Аналіз таких даних дозволяє виявити зміни в поведінці споживачів;