

номінальну вартість активів компанії («Набіско», «Дженерал Фудз» тощо).

Однак для більшості вітчизняних підприємств характерне недооцінювання ролі товарної марки; їх маркетингові стратегії орієнтовані, в першу чергу, на отримання короткострокових прибутків. Кошти на розвиток товарних марок виділяються неохоче, перевага надається заходам стимулювання збуту, які швидко дають віддачу.

Усе це й створює основну дилему товарних марок — короткострокові прибутки чи довгострокові інвестиції у створення марочного капіталу? Орієнтація переважної більшості вітчизняних виробників на перший варіант стратегії є однією з найважливіших причин того, що в Україні практично не створено глобальних торгових марок, хоча вже є окремі сильні бренди, такі як «Оболонь», «Світоч». Маркетингові стратегії підприємств повинні спрямовуватися на розв'язання цієї дилеми, поєднання поточних прибутків і марочного капіталу.

В. О. Морохова, О. В. Ковальчук,
Луцький державний технічний університет

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ І ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Визначальною характеристикою підприємства в умовах ринку є його конкурентоспроможність, яку заведено розглядати як здатність товаровиробників вести ефективну виробничо-збутову діяльність і тим самим протистояти конкурентам. Необхідно зазначити, що конкурентоспроможність підприємства — це складне багатоаспектне поняття, базовим елементом якого є конкурентоспроможність товарів, що ним виробляються, а решта аспектів є похідними. Відповідно, конкурентоспроможність товару (продукції) — це його (її) властивість, а рівень конкурентоспроможності — показник такої властивості, що дає відносну характеристику здатності товару задовольняти вимоги конкретного ринку у певний період у порівнянні з товарами конкурентів.

Для оцінювання конкурентоспроможності товару необхідно визначити внутрішню структуру двох основних чинників конкурентоспроможності — ціни (цінові параметри) та якості (нецінові параметри). Розрахувавши величини кожного параметра цих чинників і вибравши відповідну стратегію, можна впливати на них, підвищуючи рівень конкурентоспроможності. Особливу

увагу, на наш погляд, необхідно звернути на цінові параметри, основним з яких є ціна споживання, тобто обсяг і структура повних витрат споживача на придбання та експлуатацію товару протягом усього строку його служби.

При розв'язанні цих питань може стати у пригоді закордонний досвід визначення «вартості володіння річчю за вказаний проміжок часу». Ця категорія є невід'ємною частиною системи «продавець — покупець — незалежні експертні організації». Саме останнім слід довірити роль розробника і джерела неупередженої інформації про вартість ефективного використання того чи іншого товару. Наявність незалежних експертних організацій та ефективне функціонування їх сприятиме переходу на якісно новий рівень взаємовідносин між виробником і споживачем, а отже, дасть змогу значно поліпшити конкурентне становище перших.

В. І. Мотяжев, канд. техн. наук, доц.,

А. В. Мотяжев,

Київський національний економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК СКЛАДОВОЇ УПРАВЛІННЯ МАСОВИМ ВИРОБНИЦТВОМ

Якість виготовлення продукції і якість праці безпосередніх виконавців на промисловому підприємстві визначається сукупністю властивостей процесів виготовлення продукції і трудової діяльності працівників на виробництві. Сполучною ланкою процесів виготовлення продукції та трудової діяльності працівників є технологічний процес. Від правильної, науково обгрунтованої організації технологічного процесу виготовлення продукції залежить як кількісна, так і якісна складова результатів діяльності підприємства.

Виробництво — система динамічна, тобто така, якій притаманні безперервні зміни, обумовлені як свідомою цілеспрямованою діяльністю людей у процесі виробництва, так і збурювальними впливами, що виникають випадково. Перша складова визначається створенням взаємопов'язаної чіткої взаємодії виробничих дільниць, цехів, відділів, служб і колективу підприємства в цілому, спрямованої на задоволення ринкових потреб. Друга складова обумовлена можливим порушенням встановленого порядку і ритму виробництва внаслідок виникнення причин, які призводять до розладу нормального перебігу виробництва. Тому