

виклик таксі); побутове обслуговування (ремонт і чищення взуття; ремонт і прасування одягу; послуги хімчистки та пральні; зберігання речей і цінностей; розвантаження, навантаження та доставка багажу в номер; прокат предметів культурно-побутового призначення – телевізори, посуд, спортивний інвентар тощо; ремонт годинників, побутової техніки, радіоапаратури; послуги перукарні, манікюрного та масажного кабінетів й інші побутові послуги); продаж сувенірів, листівок й іншої друкованої продукції; послуги салону краси; сауна, баня, басейни, тренажерний зал; оренда залів переговорів, конференц-залу; послуги бізнес-центру.

Перелік використаних джерел:

- 1 ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dbn.at.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-939>.
2. Основні проблеми економіки розвитку: пер. з англ. Філіпенко А., Геєць В., Крючкова І., Ліанова Е., Опарін В., Федорова В. К.: Либідь, 2003. 684 с.
3. Остафійчук Я. В. Потенціал сфери послуг у стимулюванні розвитку регіонів шляхом формування міжрегіональних науково-освітньо-виробничих кластерів з урахуванням принципу поляризованого просторового розвитку. Національне господарство України: теорія та практика управління: зб. наук. праць. Вип. 84. К.: Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України, 2009. С. 86-91.

УДК 338.1: 658.531

Потьомкін Микола

аспірант

Херсонський національний технічний університет

Херсон, Україна

Potomkin Mykola

Post-graduate student

Kherson National Technical University

Kherson, Ukraine

Науковий керівник: Шандова Наталія

доктор економічних наук, професор

Scientific supervisor: Nataliya Shandova

Doctor of Sciences (Economics), Professor

**УМОВИ І ФАКТОРИ ТРАДИЦІЙНОГО ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ
CONDITIONS AND FACTORS OF TRADITIONAL INCREASE OF
COMPETITIVENESS OF PROCESSING ENTERPRISES IN UKRAINE**

Оптимальний вибір споживання продукції (як соціально - економічної системи), переробного підприємства залежить від тривалості традиційних макро-і мікроциклів. Тому перелік можливих варіантів споживання продукції повинен бути взаємопов'язаний з зручним способом її придбання споживачем і ефективних стратегій розвитку аналізованого типу підприємств. Одночасно необхідно формувати логічні системи різноманітних варіантів споживання в різні пори року.

Для об'єктивної характеристики умов підвищення рівня конкурентоспроможності українських підприємств необхідно розглядати різноманітні групи населення за групами споживання продукції властивою українському суспільству: поширена, що пристосовується, інтелігентна, престижна, вишукана, комбінована.

Найбільшою групою споживачів продукції є перша, названа нами «Поширена». Вона характеризується споживанням дешевих товарів в значних для здійснення нормальної

життєдіяльності обсягах, а так же товарів з простроченим терміном придатності для їх швидкого вживання. Характерними рисами цієї групи є наступні:

- 1) тривалий пошук дешевих продуктів харчування з метою їх зберігання в домашніх умовах;
- 2) практична відсутність придбання товарів значними за обсягом партіями з метою їх заморожування в аналогічних умовах;
- 3) постійна економія фінансових коштів для придбання продуктів харчування;
- 4) пошук товарів за зниженими цінами для їх консервації, копчення та інших способів тривалого зберігання.

Економічна сутність другої групи споживачів, яку ми назвали «приспосовуватися» полягає в наступному. Вони вважають за краще споживати готову їжу поза домом, ніж значно збільшують особистий вільний час. У рідкісних випадках розглянутий тип споживача готує їжу вдома з напівфабрикатів або аналогічних замінників, що характеризує його соціально - економічний рівень. Ці товари широко представлені в торговельній мережі, охоче купуються споживачами і приносять певний обсяг прибутку переробним підприємствам і дохід торговим закладам.

Економіко-організаційним проявом третьої групи споживачів під назвою «Інтелігентна» є споживання сучасної органічної продукції. Вона характеризується тим, що в процесі вирощування та виготовлення продуктів харчування заборонено застосування мінеральних хімікатів, стимуляторів росту та аналогічних хімічних інгредієнтів.

В сучасних умовах на національному ринку представлено незначна кількість такої продукції. Її виробництво на присадибних ділянках суттєво на економічні показники не впливає. Характерною особливістю є більш висока ціна в порівнянні зі звичайною продукцією, що значно знижує обсяги її реалізації.

Четвертою групою споживачів продукції, обмежених виробничою потужністю переробних підприємств, є «Престижна». До складу цих споживачів необхідно віднести частину населення, яка споживає делікатесні продукти з метою придбання ділового статусу в вищому суспільстві і підтримки власного іміджу. Питома вага даної групи дуже низький і істотного впливу на розвиток підприємств не робить.

П'ята група споживачів «Вишукана». Основними характерними рисами її є наступні:

- 1) обґрунтоване планування харчових покупок з урахуванням зіставлення роздрібних цін і користі від споживання товару;
- 2) неодноразове придбання однорідних товарних груп з неякісними харчовими добавками;
- 3) необхідність задоволення природної потреби в харчовій продукції з урахуванням прихильності до строго обраних фірмам;
- 4) медичне обмеження споживання певної продукції з точки зору поліпшення власного здоров'я і працездатності без урахування смакових якостей;
- 5) тимчасове обмеження обсягу харчового споживання з метою епізодичного святкового застілля з властивим делікатесним ухилом.

Остання шоста група споживачів - «Комбінована» включає в себе всіх споживачів, розглянутих раніше груп. Споживачі рідко знаходяться в складі однієї групи. Численні процеси банкрутства підприємств, зниження рівнів грошового забезпечення, несподіваного додаткового заробітку обумовлюють їх переміщення з однієї групи в іншу (часто через кілька ступенів) і повернення в колишню.

Не менш важливим фактором, який впливає на механізм забезпечення конкурентоспроможності переробних підприємств, є сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів, що на нього як зовнішнє, так і внутрішнє вплив. До їх числа ми можемо віднести такі:

- 1) рівень економічного розвитку переробного підприємства;
- 2.) рівень розвитку транспортної інфраструктури;
- 3.) рівень інвестиційної діяльності;

- 4.) рівень конкуренції між переробними підприємствами;
- 5) рівень зміни роздрібного товарообігу;
- 6) рівень постачання підприємства;
- 7) рівень керованості підприємства.

Для кожного з перерахованих вище групових факторів, на основі експертних суджень, нами складена відповідна система показників. Аналіз цих показників доцільно проводити за допомогою таксономічного методу і методу провідних домінант.

Економічна сутність першого методу полягає в оцінці рівня впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на конкурентоспроможність переробних підприємств. А другого - зменшення кількості вищезазначених чинників до їх мінімальної кількості без погіршення якісних характеристик.

Відповідно комбінацію цих двох методів необхідно розглядати, як можливість оцінки рівня конкурентоспроможності аналізованих підприємств на основі мінімальної кількості факторів, що максимальний вплив на ці підприємства. Зазначений комплексний підхід значно підвищує точність оцінки за рахунок зниження трудомісткості економічного аналізу, можливості застосування комп'ютерної техніки, точності бухгалтерського обліку та інших компонентів.

В процесі проведення аналізу спочатку необхідно встановити показники, які мають найбільший вплив на сукупність з п'яти чинників. Потім здійснити оцінку їх впливу на конкурентоспроможність підприємства. Визначення кінцевого результату впливу розглянутих факторів так само здійснюється за допомогою розглянутого економіко-статистичного методу, який детально обґрунтований виходячи з теоретичних міркувань.

Одночасно необхідно підкреслити, що комбінації провідних домінант можна здійснити досить точну оцінку впливу розглянутих факторів на конкурентоспроможність переробного підприємства.

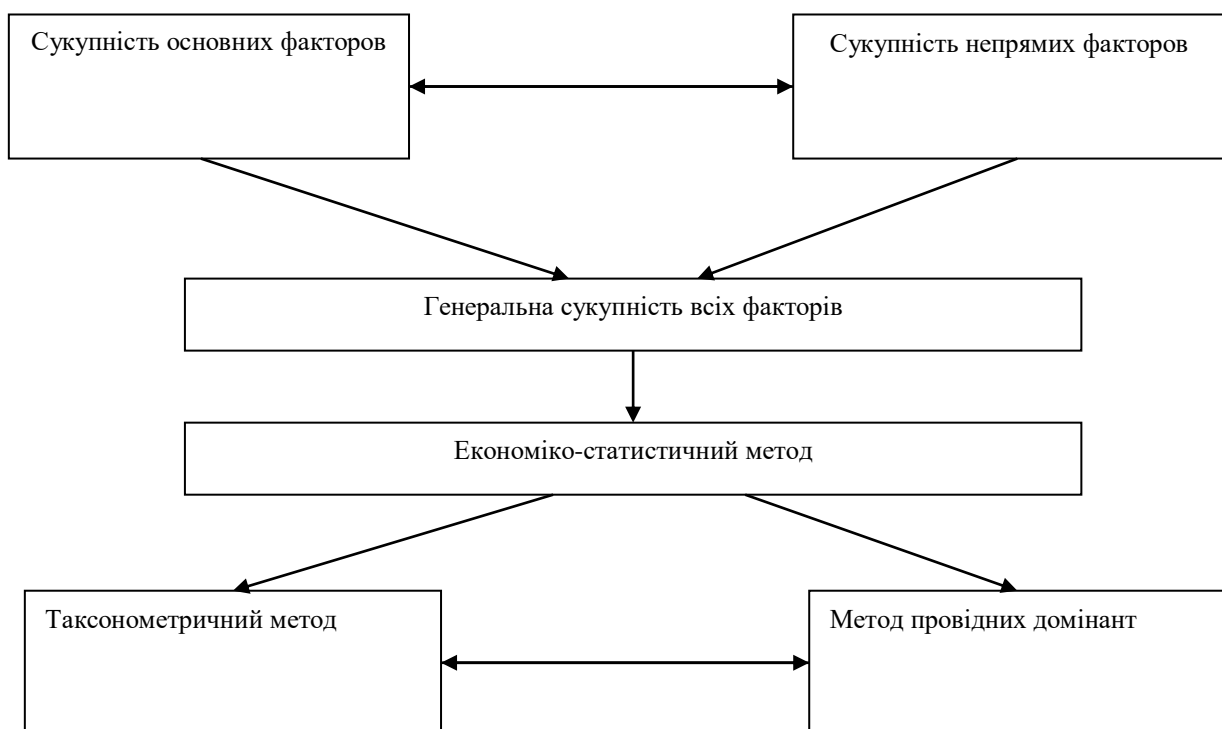


Рис. 1 Схема оцінки ступеня впливу основних і непрямих факторів на рівень конкурентоспроможності переробних підприємств

За допомогою такого комплексного підходу можна додатково досліджувати внутрішній економічний потенціал підприємства з урахуванням впровадження традиційних

соціально - економічних систем. А так же підвищити ефективність позитивних домінант підприємства і знизити негативний вплив – негативних.

Для досягнення мети аналізу впливу досліджуваних факторів на конкурентоспроможність переробних підприємств Одеської області нами обрано 10 підприємств. За допомогою спеціальних методів дослідження (провідних домінант, розрахункових показників, і інших) ми визначили їх місце за рівнем конкурентоспроможності (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив факторів, що впливають на конкурентоспроможність переробного підприємства

№ підприємства	Роки дослідження						Місце підприємства		
	2018		2019		2020		2018	2019	2020
	О середне.	О лідера.	О середне..	О лідера..	О середне.	О лідера.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	12,8	2,3	12,4	2,5	12,6	2,7	3	3	4
2	11,3	3,8	11,8	3,1	12,9	2,4	4	4	3
3	8,4	6,7	8,8	6,1	9,6	5,7	7	7	8
4	14,5	0,6	14,8	0,1	15,3	-	2	2	1
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	15,1	-	14,9	-	15,0	0,3	1	1	2
6	8,3	6,8	8,4	6,5	9,8	5,5	8	8	7
7	7,9	7,2	8,2	6,7	8,7	6,6	9	9	10
8	10,8	4,3	11,1	3,8	11,8	3,5	5	5	5
9	7,8	7,3	8,0	6,9	8,9	6,4	10	10	9
10	9,5	5,6	9,4	5,5	11,7	3,6	6	6	6
Середнє значення	10,64	-	10,78	-	11,63	-	-	-	-

Процес констатації місця переробного підприємства в системі ринкового господарства взаємопов'язаний з наявністю спеціальної методики. На даний час вона відсутня. Зазначене стан справ зумовлений різночитання застосовуваних методів оцінки економіко-фінансових та інших показників; точністю їх оцінки; визначення системи показників і їх зміни (без зниження рівня вмісту, повноти інформації та практичної значущості).

Наукове обстеження десяти переробних підприємств Одеси дозволило визначити наступні способи визначення рівня їх конкурентоспроможності.

Найбільш поширеним (60% обстежених підприємств) способом визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, є спосіб, який базується на двох традиційних економічних показниках:

1) зміна (+, -) кількості проданої продукції (КПП);

2) частка реалізованої продукції підприємства до її загального обсягу реалізації на даному ринку.

Економічна сутність цього способу полягає в тому, що зазначені показники зіставляються між собою, тобто (1):

$$Y_k = \frac{\Delta ПП}{O_{p.n.n.}} * 100 \quad (1)$$

$$\sum O_{p.n.n.}$$

де: $\Delta\Pi\Pi$ - приріст (зниження) кількості проданої продукції переробного підприємства;

$O_{p.n.l.}$ - обсяг реалізації продукції переробного підприємства;

$\sum O_{p.n.l.}$ - загальний обсяг реалізації аналогічної продукції на конкретному ринку.

Підприємства, які займають більшу частину ринку необхідно вважати більш конкурентоспроможними.

Кілька менше поширення (40% від загальної кількості обстежених підприємств) отримав метод, заснований на зіставленні двох економічних показників: якісного і ціноутворюючого. На переробних підприємствах він розраховується наступним чином:

$$Y_{\text{конк.}} = \frac{T\Pi v(1)}{C_{\text{онт}}} \quad (2)$$

де: $Y_{\text{конк.}}$ - рівень конкурентоспроможності підприємства;

$T\Pi v(1)$ - диференційований обсяг товарної продукції вищого сорту. З метою підвищення економічного аналізу можливо поєднання розглянутого показника з обсягом товарної продукції першого сорту;

$C_{\text{онт.}}$ - оптова ціна продукції відповідно вищого і першого сортів.

Економічна сутність цього способу полягає в наступному. Чим більше різниця між ціною кожного виду продукції (за номенклатурою) вищого і першого сортів і відповідної повної її собівартістю тим вище рівень конкурентоспроможності підприємства.

УДК 330

Решетуха Станіслав

студент групи ПП-31

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Маркович Ірина

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Stanislav Reshetukha

Student of the group PP -31

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Markovych

PhD (Economics), Docent\

Associate Professor of Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ВПЛИВ КОГНІТИВНИХ ОБМЕЖЕНЬ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЛЮДИНОЮ IMPACT OF COGNITIVE BIAS ON PEOPLE'S DECISIONS

В основі економічної теорії закладений принцип того, що людина є максимально раціонально. Вона максимізує корисність на рівні споживання, а прибутки — на рівні підприємства. Проте стандартна економічна теорія не враховує того, що людина часто робить свій вибір на основі різних упереджень, стереотипів, хибної чи недостатньої інформації та надмірної самовпевненості.

Одним із чинників, що призводить до прийняття ірраціональних рішень та отримання хибних висновків можуть бути когнітивні обмеження. Вони допомагають впоратись із