

- перекваліфікація робітників відповідно до потреби ринку і виплати допомог та кредитів безробітним і членам їх сімей;
- створення центрів з підготовки кадрів при центрах сприяння зайнятості;
- підвищення територіальної мобільності населення з метою перерозподілу робочої сили між трудонедостатніми та трудонадлишковими районами.

Перехід від планово-централізованого до повільно-вимушеного руху трудових ресурсів змінює систему інтересів, мотивів і стимулів діяльності еконо-мічно активного населення, що, в свою чергу, впливає на джерела поповнення ринку праці, сегментацію сфери зайнятості.

На сьогоднішньому етапі ринок праці в Україні не може саморегулюватися і потребує втручання з боку держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. "Про зайнятість населення" Закон України. -К., 2013.
2. Буряк П. Ю. Економіка праці й соціально-трудова відносини: навч. посіб./ П. Ю. Буряк, Б. А. Карпінський, М. І. Григор'єва.– К.: ЦУЛ,2004. – 440 с.

**УДК 005.336.3**

### **БАЗОВІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЯКІСТЬ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ**

*Р. С. Кравчук, магістр М. О. Малецький*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
e-mail: romanmaster2005@ gmail.com*

Фактори впливу на конкурентоспроможність продукції в цілому поділяють на дві групи: внутрішні та зовнішні. Зовнішні фактори це ті, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне, а саме: діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство); господарська кон'юнктура, яка включає кон'юнктуру ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів; розвиток родинних та підтримуючих галузей та параметри попиту (ріст попиту на товари, що виробляються підприємством, його стабільність) і дозволяють підприємству отримувати високий прибуток, а також закріпити своє положення на ринку.

До внутрішніх факторів відносять діяльність керівництва та апарату управління підприємства, систему технологічного оснащення. Якість сировини, комплектність її перероблення та величину відходів серйозно впливають на конкурентоспроможність підприємства. Зменшення виходу готової продукції із використаної сировини призводять до збільшення витрат виробництва, а

значить, до зменшення прибутку, що, в свою чергу, не дозволяє розширити виробництво, обсяг та витрати по збуту і реалізації продукції, який серйозно впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Тому підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок продажу продукції, необхідної ринкові, стимулювання збільшення об'ємів продажу, завойовуючи нові ринки збуту [1].

Визначивши середовище, в якому воно буде працювати, підприємству необхідно перейти до установлення своєї ролі, положення на ринку.

Окрім перерахованих факторів існує й інший перелік факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства виділені авторами О.О. Гетьман, В.М. Шаповал, їх зобразимо на (рис. 1) [2].

Економічні фактори характеризують основні економічні та споживчі властивості продукції (ціну, собівартість, рівень попиту на неї тощо) і відтворюються в показниках загальних витрат на придбання та експлуатацію продукції за весь термін її служби.

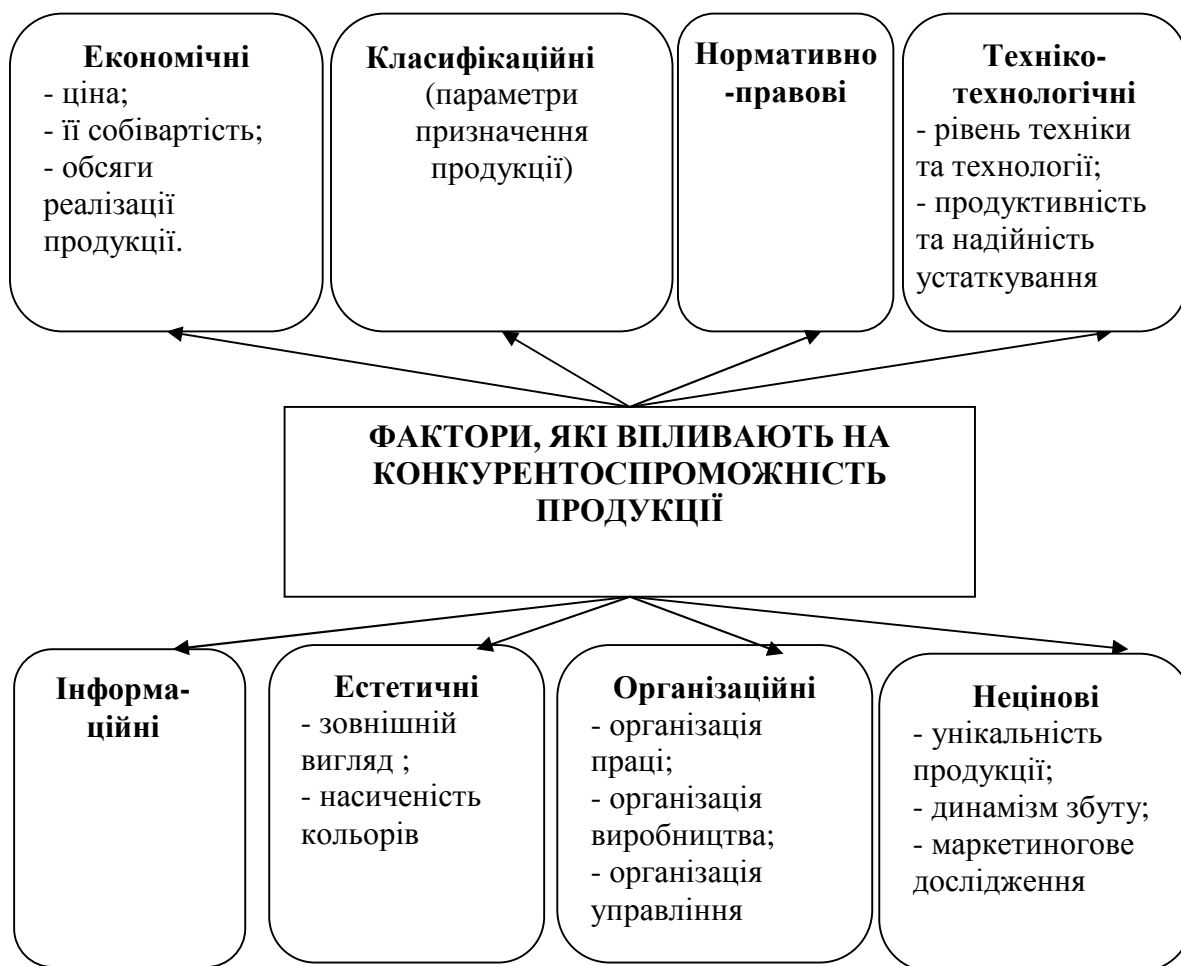


Рис. 1 Фактори впливу на конкурентоспроможність продукції на ринку

Класифікаційні фактори (параметри призначення продукції), використовуються для визначення приналежності продукції до відповідного класу за рядом ознак (видом продукції, її призначенням, змістом, новизною).

Техніко-технологічні фактори визначають конструктивні властивості продукції і регламентуються технологічними стандартами випуску продукції, які відповідають стандартам і нормам, діючим в країні та поза її межами.

Нормативно-правові (юридичні) фактори визначають правову захищеність продукції на ринку.

Інформаційні фактори визначають суспільну цінність продукції через інформацію про її конкурентні переваги.

Естетичні – відображають виразність і досконалість зовнішнього вигляду продукції, особливості її сприйняття споживачами в процесі експлуатації (насиченість кольорів, дизайн тощо).

Організаційні фактори характеризують ефективність системи управління підприємства, рівень організації його фінансово-економічної діяльності, характер організації виробничих процесів та організації праці тощо.

До нецінових факторів, які безпосередньо впливають на забезпечення конкурентоспроможності продукції, слід віднести унікальність, ефективність бази для поширення інформації про продукцію, динамізм збуту і можливість швидкого реагування на ринкові досягнення.

Фактори, які впливають на якість продукції повинні бути враховані та піддаватись аналізу на підприємстві, оскільки, це дасть змогу приймати своєчасні рішення на основі достовірної інформації, а також вдосконалювати процеси виробництва і проектно-конструкторські розробки та, як результат, забезпечувати високий рівень якості продукції.

Фактори впливу на якість продукції необхідно розглядати та аналізувати з врахуванням умов, в яких вони формуються. Оскільки, дуже часто умови забезпечення якості продукції здійснюють вирішальний вплив на сили, які безпосередньо змінюють властивості продукції.

Умови забезпечення якості продукції можна розділити, як фактори, на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх умов можна віднести: законодавче та правове середовище, науково-технічний розвиток країни, стан навколишнього середовища тощо.

До внутрішніх умов належать: організація управління якістю на підприємстві, характер виробничого процесу, його інтенсивність, ритмічність та тривалість, рівень оснащення та обслуговування робочих місць, стан безпеки праці, стан трудової і технологічної дисципліни, морально-психологічний клімат і взаємовідносини в колективі, характер матеріального та морального стимулювання працівників за виробництво якісної продукції тощо.

Таким чином, необхідно відмітити, що конкурентоспроможність є ринковою категорією і відображає одну із найважливіших властивостей ринку –

його конкурентність. Разом з тим конкурентоспроможність продукції може змінюватись у достатньо широких межах, реагуючи на різноманітні фактори, які формують середовище ринку. Серед основних базових факторів, які доповнюють один одного і складають невід'ємну частину формування конкуренто-спроможності продукції є ціноутворення та її якість. В умовах кризової економіки цінові чинники також є вагомими економічними регуляторами конкурентоспроможності продукції.

В процесі діяльності підприємство повинно досліджувати та аналізувати фактори, які впливають на формування якості продукції, оскільки відбувається стрімкий та безперервний розвиток технологій, зростання суспільних та споживчих потреб, посилення конкуренції між виробниками.

Отже, прагнучи до гнучкого використання своїх внутрішніх можливостей, підприємство повинно забезпечити собі технологічну та економічну ефективність не нижче галузевої. Іншими словами, воно повинно знайти спосіб оптимального поєднання бажаної технологічної та економічної ефективності, щоб забезпечити найкращі технологічні та економічні умови пропозиції.

#### **Список використаних джерел:**

1 Ларін О. В. Конкурентоспроможність продукції / О. В. Ларін, В.С. Рябчиков // Менеджер. – 2001. – №3 (15). – С.81-86.

2 Гетьман О. О. Економіка підприємства: Навч. посіб. – 2-ге видання. О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.

**УДК:620.9**

### **ПРОБЛЕМИ ТА ПОТРЕБИ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЩОДО ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГІЄЮ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ**

*Т. П. Кулик*

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

*e-mail: kulyktetiana@gmail.com*

*С. В. Василевич*

*Івано-Франківський національний медичний університет*

*e-mail: svkost58@ukr.net*

Прорив у реформі місцевого самоврядування та територіальної організації влади відбувся у 2014 році. Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням від 1 квітня 2014 року № 333-р схвалив Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Концепція визначає напрямки, механізми, строки формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади, надання високоякісних та