

Кроме того, повышение прожиточного минимума приведет к увеличению минимального размера пособия по уходу за ребенком до 3 лет.

В 2007 году пособие выплачивается за счет средств соответствующей субвенции из государственного бюджета местным бюджетам. Размер пособия равняется разнице между 50% ПМ, установленного для трудоспособных лиц, и среднемесячным совокупным доходом семьи в расчете на одно лицо за предыдущие шесть месяцев, но не менее 23% ПМ, установленного для трудоспособных лиц. В апреле минимальный размер пособия составит 129,03% грн; в октябре – декабре – 130,64 грн.

Минимальная заработная плата (МЗП). Изначально Законом о госбюджете – 2007 планировалось увеличить минзарплаты с 1 июля до 420 грн. и с 1 декабря – 450 грн. В связи с Законом № 749 размеры минзарплаты будут расти ежеквартально на 20 грн. (табл. 1).

Минимальная заработная плата в 2007 году.

Показатель	Период			
	январь - март	апрель - июнь	июль - сентябрь	октябрь - декабрь
Размер МЗП	400	420	440	460

Некоторые важные случаи применения минимальной зарплаты:

- оплата неотработанного времени (согласно ст. 209 и ст. 218 КЗоТ при наступлении определенных условий, время освобождения от работы оплачивается исходя из 50% средней зарплаты, но не ниже МЗП);
- минимальный размер уставного фонда АО, ООО, ОДО, которые будут созданы после 01.01.2007г. (для АО – 1250 МЗП, для ООО и ОДО – 100 МЗП);
- размер минимального страхового взноса в Пенсионный фонд для частных предпринимателей [3, с.12].

Размер минимального страхового взноса в ПФ в 2007 году.

Показатель	Период			
	январь - март	апрель - июнь	июль - сентябрь	октябрь - декабрь
Размер минимального страхового взноса в Пенсионный фонд	132,8	139,44	146,08	152,72
Порядок расчета	400 x 33,2%	420 x 33,2%	440 x 33,2%	460 x 33,2%

Выводы: Регулирование социальных отношений проявляется в том, что государство контролирует реализацию постановлений о минимальной заработной плате, прожиточном минимуме, исполнении Законов о равном праве на труд и социальном обеспечении.

На сегодняшний день размер минимальной заработной платы не совпадает с уровнем прожиточного минимума, а это в свою очередь указывает на недостаточно эффективную работу государства.

Таким образом можно сказать что, повышение минзарплаты увеличивает отчисления в фонды, оплату неотработанного времени, минимальный размер уставного фонда АО, ООО, ОДО.

Однако важно отметить то, что необходимо приложить все усилия для того, чтобы увеличить доходы населения и создать новые рабочие места. Добившись этого, мы сможем гарантировать социальную защищенность. С этой целью необходимо увеличить доходы в государственный бюджет Украины, так как заработная плата составляет расходную часть бюджета.

Источники и литература

1. Журнал Все о бухгалтерском учете № 51/ 30.05.2006, стр. 27 – 33.
2. Журнал Все о бухгалтерском учете № 52/ 30.10.2006, стр. 30 – 32.
3. Бухгалтерская неделя № 15 (275) апреля 2007, стр.11 – 12.

Волчкова Ю.Ф., Шамилева Э.Э.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ КАЧЕСТВА

Введение. Продукция представляет собой своего рода живой организм, развивающийся, как известно в следующем порядке: зачатие - рождение - зрелость - старение и смерть. По аналогии мы различаем следующие этапы типичного жизненного цикла продукции: этап разработки, этап выведения на рынок, этап роста, этап зрелости, этап насыщения рынка, этап упадка.

На любой из этих стадий можно столкнуться с проблемой конкурентоспособности, а именно доведения продукции до потребителя. Основная задача каждого изготовителя-продавца и потребителя – получение удовлетворительного коммерческого итога.

Постановка проблемы. Проблема качества продукции носит в современном мире универсальный характер. Она не относилась к разряду простых во все времена и особенно остро стоит сейчас, на этапе перехода к рыночной экономике. Наши предприятия сталкиваются с большими трудностями; сокращением производства, многие заводы останавливаются, коллективы не получают зарплату. Проблемы осложняются ещё и нестабильностью в финансовой системе. Назревает вопрос, о каком же качестве может идти речь в такой

ситуации? Лишь бы выжить, не допустить окончательного развала индустрии страны. А ключом, которым, как показывает опыт многих стран, открывающим двери выхода из кризиса, является именно качество.

Основная цель определения влияния качества на конкурентоспособность товара, а следовательно и на эффективность производства. Качество является основой для успешного продвижения товара на рынке и главным критерием оценки продукции.

Как отмечает В.М. Ларин, эффективным методом выявления резервов является организация обратной связи между сферами проектирования, изготовления и эксплуатации. Это массовые и выборочные обследования поведения продукции у потребителей, анализ рекламаций и претензий, направление потребителям опросных листов и карточек дефектов, создание опорных пунктов эксплуатации [1].

Использование резервов улучшения качества продукции комплексно влияет на совокупные затраты общественного труда. В зависимости от характера этих изменений можно выделить резервы, использование которых улучшает качество продукции и увеличивает затраты на ее изготовление, и резервы, использование которых позволяет улучшать свойства продукции и снижать затраты на всех стадиях воспроизводства. Важное значение имеет также классификация резервов по целевому назначению. При этом использование одних резервов позволяет улучшать лишь один показатель качества, а других – одновременно изменять ряд показателей.

Развитие исследований резервов повышения качества продукции оказало существенное влияние на формирование комплексного подхода к управлению качеством и эффективностью в рамках отдельного предприятия и всего народного хозяйства в целом.

Т. Харченко в своей статье “Качество продуктов как способ удовлетворения потребностей потребителя и обеспечение конкурентоспособности продукции” отмечал: “С выходом украинских предприятий на внешний рынок и доступностью украинских рынков для зарубежных фирм, проблема качества продукции стала приоритетной для отечественного товаропроизводителя [2, с.3].

Для предприятия, в условиях становления рыночной экономики постоянный выпуск качественной продукции означает очень много. Прежде всего, это формирование имиджа предприятия.

Таким образом, решение проблемы качества продукции на предприятии – это высокий его имидж у покупателей, это выход не только на внутренний, но и внешний рынок, это основа для получения максимальной прибыли и стойкого финансового положения.

Для усовершенствования системы управления качеством на предприятиях и в организациях страны, кроме понимания и желания руководства должна быть создана соответствующая научная и методическая база, учебная, консалтинговая и сертификационная инфраструктура. Нужно изменить не только психологию людей, а и отношение государства к этой проблеме”.

Результаты исследования. Конкурентоспособность – это характеристика продукции, отражающая ее отличие от продукции – конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Конкурентоспособность определяется совокупностью свойств этой продукции, входящих в состав ее качества и важных для потребителя, определяющих затраты потребителя по приобретению, потреблению (эксплуатации) и утилизации продукции [3, с.126].

На основе изучения рынка и требований покупателей выбирается продукция, по которой будет проводиться анализ или формулируются требования к будущему изделию, а далее определяется номенклатура параметров, участвующих в оценке. При анализе должны использоваться те же критерии, которыми оперирует потребитель, выбирая товар. По каждой из групп параметров проводится сравнение, показывающее насколько эти параметры близки к соответствующему параметру потребности.

Пути повышения качества и конкурентоспособности продукции:

- изменение состава, структуры применяемых материалов (сырья, полуфабрикатов), комплектующих изделий или конструкции продукции;
- изменение технологии изготовления продукции, системы контроля качества изготовления, хранения;
- изменение цен на продукцию, цен на услуги, по обслуживанию и ремонту, цен на запасные части;
- изменение порядка реализации продукции на рынке;
- изменение структуры импорта и видов импортируемой продукции.

Но, это временные действия, которые проводятся непосредственно после анализа, чем же следует заниматься постоянно:

- Максимально приспособить производство к требованиям рынка с целью повышения эффективности функционирования предприятия. Выпускать такой товар, который ждет потребитель, т.е. производить то, что продается.
- Воздействовать на рынок, на потребительский спрос с помощью всех доступных средств в целях формирования его в необходимых для предприятия направлениях.
- Развивать и поощрять на предприятии творческий подход к решению возникших в результате проведения маркетинговых исследований технических и хозяйственных проблем и в первую очередь по совершенствованию и повышению качества продукции и услуг.
- Организовать доставку товаров в таких количествах, в такое время и в такое место, которое больше всего устраивало бы конечного потребителя.

Главное – целевая ориентация и комплексность. Комплексность означает, что применение этих путей обеспечивает эффект только в том случае, если они используются как система. Применение отдельных действий, как правило, не дает положительных результатов. Целевая ориентация и комплексность – это сли-

ние и один поток всех составляющих деятельности для достижения устойчивой рентабельности в заданных временных пределах, как правило, на 5-7 лет и более.

В ходе претворения в жизнь этих действий, вероятно, встретится немало неожиданностей. Предприятию нужно контролировать проводимые мероприятия, чтобы быть уверенными в конечном достижении целей. Можно выделить три типа контроля: контроль за исполнением годовых планов, контроль прибыльности и контроль за исполнением стратегических установок. С помощью этих систем фирма следит за рынком и приспосабливается к нему. Приспосабливается фирма и к своей собственной среде, состоящей из посредников, поставщиков, конкурентов и контактных аудиторий. И наконец, она приспосабливается к макросреде – демографическим и экономическим, политико-правовым, технико-экологическим и социально-культурным факторам. При разработке и позиционировании своего предложения на целевом рынке фирма принимает в расчет все обстоятельства и силы, действующие на рынке [5, с.58].

Выводы. В результате анализа резервов повышения качества продукции можно сказать, что на качество товаров влияют такие группы факторов как внешние и внутренние. Внешние, так же как и внутренние факторы, самым существенным образом влияют на качество выпускаемой продукции и поэтому необходимо, чтобы показатели качества отвечали следующим основным требованиям: способствовали планомерному повышению эффективности производства; учитывали современные достижения науки и техники и основные направления технического прогресса в отраслях народного хозяйства; были стабильными; характеризовали все свойства продукции, обуславливающие ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Новейший подход к стратегии предпринимательства заключается в понимании того, что качество является самым эффективным средством удовлетворения требований потребителей и одновременно с этим - снижением издержек производства.

Источник и литература

1. Информационные Интернет сайты - www.standard.ru, www.marketingmix.ru, www.beermarket.ru
2. Харченко Т. Якість виробів як засіб задоволення потреб споживача і забезпечення конкурентоспроможності продукції// Економіка Фінанси Право – 2003. – Вип. 3 – с.3-5
3. Савчук С.И. Уровень конкурентоспособности и результаты конкурентной борьбы: проблема корректного использования показателей// Актуальні проблеми економіки. – 2004. - №6 – с.124-131
4. Управление качеством / под ред. С.Д. Ильенковой. – М: ЮНИТИ, 1998

Данилова О.М., Танцюра М.Ю.

ВДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ АДЕКВАТНОГО РЕАГУВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА НА ЗМІНИ РИНКОВИХ ПОТРЕБ

Постановка проблеми. Для успішного управління промисловим підприємством необхідно раціонально організувати виробничий процес. Організація виробництва товарів і послуг з урахуванням постійної мінливості ринкових переваг повинна бути достатньо гнучкою і здатною забезпечити своєчасну реакцію підприємства на дані зміни. Формування і реалізація такої реакції пов'язана з рішенням цілого ряду взаємозв'язаних питань інформаційного, економічного, управлінського, організаційного, виробничого характеру, які вище керівництво підприємства повинне вирішувати оперативно, грамотно, погоджено. Саме з цієї причини функціонування в умовах ринкових відносин вимагає комплексного підходу до питань вдосконалення управління їх виробничою діяльністю. Такий підхід може бути реалізований в межах певної моделі взаємодії вищого керівництва підприємства, здатній забезпечити адекватну реакцію виробництва на зміни ринкових потреб.

Аналіз останніх публікацій. Досвід роботи вітчизняних підприємств показує, що на більшості з них управління виробництвом ведеться „по-старому” з недостатньою націленістю на споживача. Виробнича і маркетингова служби підприємств часто відстоюють свої приватні інтереси, відсовуючи на другий план рішення сумісної задачі по виробництву і реалізації користуючогося попиту на ринку продукту. Недостатньо глибоко проводяться на підприємствах маркетингові дослідження, адже саме результати цих досліджень дозволяють формувати систему стратегій підприємства (корпоративна, ділова, функціональна), на основі реалізації яких формується стратегічна поведінка підприємства, що забезпечує зрештою його розвиток. Як результат – втрачається так необхідний для забезпечення розвитку підприємства прибуток, відчувається постійний брак оборотних коштів.

Таке положення викликає необхідність якісного перегляду принципів управління виробництвом на промислових підприємствах і розробки моделі адекватного реагування промислового виробництва на зміни ринкових потреб. З цієї точки зору рішення даного питання для вітчизняної промисловості є актуальною і насущною проблемою.

Дослідженню питання ефективності управління виробництвом присвячена велика кількість публікацій. Великий внесок в рішення проблеми пошуку шляхів підвищення ефективності промислового виробництва був зроблений такими зарубіжними економістами, як Р. Дж. Болт, Д. Ліндсей, П. Друкер цілий ряд інших. Різні аспекти механізму підвищення ефективності управління виробництвом підприємств досліджували також вчені України і країн СНГ (В. Е Акбердін, Р. Е Баженов, О. А. Бурбело, М. Е. Залманова, Н. В. Кизяків, А. І. Семененко, І. Ю. Кандаурова, О. І. Певцова, Ю. Р. Лисенко, З. В. Белый і ін.). Логіку сучасних уявлень