

значень. Поки ці відхилення лишаються в заданих межах управління, процес вважається керованим. Процес вважається таким, який вийшов з-під контролю, коли відхилення перевищують встановлені межі. Якщо допустити продовження функціонування цього процесу, то це призведе до випуску виробів, які не відповідають технічним умовам.

Загальні положення менеджменту якості зосередженні на вдосконалення роботи підприємства та кінцевого результату. Характеристика основних аспектів якості продукції та систем якості показала, що створення на вітчизняних підприємствах систем якості відповідно зі стандартами ISO 9000 має починатися зі створення загальної методології, що передбачає реальну оцінку стартових умов, етапи і послідовність робіт з якості на шляху перебудови всієї корпоративної культури на принципах загального менеджменту якості

Прискорений розвиток економіки України та євроінтеграція стимулює підприємства до покращення якості продукції, яка в свою чергу стимулює підвищення рівня конкурентоспроможності. Менеджмент якості важливий аспект в виробництві продукції, який зосереджений не тільки на готовій продукції, а й на обслуговуванні та спілкуванні в середині підприємства. Система управління якістю складний процес в якому зосереджена перевірка всього технічного забезпечення, постачання, кваліфікованого керівництва та персоналу.

Література:

1. Адлер Ю. П. Качество и рынок, или как организация настраивается на обеспечение требований потребителей. В сб.: "Поставщик и потребитель" / Адлер Ю. П. – М. : РИА "Стандарты и качество", 2000. – С. 35–81.
2. Всеобщее управление качеством : [учебник для вузов] О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин; под ред. О. П. Глудкина. – М. : Радио и связь, 1999. – 600 с
3. ДСТУ ISO 9000:2007. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. – К. : ДЕРЖСТАНДАРТ УКРАЇНИ, 2008. – 29 с.

СУЧАСНІ ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

О.М. Лук'яничук, ст. викладач

Т.Д. Дімова, студент

Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса

Нині в країні спостерігається нестійке мінливе економічне становище, зростає рівень невизначеності та ризику, це ускладнює можливості діяльності багатьох підприємств як на зовнішньому так і на внутрішньому ринку. Згідно сучасної світової практики, до такого середовища адаптується підприємство, яке має досить чіткі орієнтири на майбутню перспективу та здатна направляти свої зусилля на пошук довготермінових конкурентних переваг [1].

Для ефективного функціонування економіки в сучасних умовах необхідно розвивати конкуренцію: підвищувати конкурентоспроможність вітчизняного виробництва. Конкуренція є об'єктивним економічним законом товарного виробництва, який виражає внутрішні необхідні, стійкі та істотні зв'язки між відокремленими товаровиробниками в їх боротьбі за найбільшу результативність виробництва [2].

Питання дослідження конкурентоспроможності підприємств є важливими й актуальними як для економіки країни в цілому, так і для окремих виробників. Висока конкурентоздатність підприємств є запорукою отримання високого та стабільного прибутку. Висока конкурентоспроможність є основною умовою розвитку та життєдіяльності підприємства. Розуміючи це, в умовах жорсткої конкурентної боротьби наші вітчизняні товаровиробники прагнуть забезпечувати задоволення потреб свого сегмента ринку, прагнуть отримувати максимальний прибуток, збільшуючи при цьому обсяги збуту, розширюють частки внутрішнього та зовнішнього ринку, на якому функціонують, прагнуть також забезпечувати гідний рівень якості виробляємих товарів та контролюють та постійно моніторять їх ціни, займаються впровадженням нових технологічних процесів та оновлюють своє обладнання [3].

Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін життя суспільства. У розвинутих країнах, наприклад, вона постійно перебуває у центрі уваги державних діячів та ділових кіл. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції, за місце на ринку змушує підприємства постійно шукати нові можливості й резерви для збуту своєї продукції, удосконалювати технологію з метою створення якісних товарів [4, с.23].

Для того, щоб успішно діяти в умовах ринкової економіки, підприємство повинно оперативно формувати раціональні варіанти відповідей на всі зміни, які щоденно, виникають у процесі його ділової активності. Також, необхідно обрати свою стратегію діяльності: поглибленого проникнення, розширення використання, розширення ринку. Вибір тієї чи іншої стратегії необхідно поєднувати з комплексом заходів, які дозволять стати підприємству конкурентоспроможним [5, с.3, 21].

Крім того, важливими шляхами підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на сучасному етапі є :

- створення іміджу підприємства «справедливих» цін за рахунок відповідності ціни і якості;
- розширення асортименту випускаємої продукції;
- стимулювання продажів за рахунок проведення різноманітних акцій;
- виконання основних вимог збутової логістики;
- поліпшення кадрового потенціалу та управлінської структури.
- вдосконалення проектування, використання найсучасніших техніки і технології, вхідний контроль якості сировини, матеріалів і комплектуючих, поліпшення стандартизації.
- досконале вивчення потреб ринку.
- наявність конкурентоспроможних вітчизняних постачальників;

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства, важливе значення має виявлення, обґрунтування і класифікація факторів і резервів, що обумовлюють її рівень. За ступенем залежності від підприємства, весь набір факторів можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів можна віднести: умови інвестування в галузі, регіоні, країні; тенденції технічного розвитку; рівень конкуренції; ресурсозабезпеченість і т.д. Під внутрішніми факторами розуміють: впровадження у виробництво нової техніки, прогресивної технології, дієвих економічних стимулів; підвищення кваліфікаційного рівня працівників; формування системи конкурентних відносин у діяльності персоналу та ін.

Вони можуть регулюватися на рівні підприємства в цілому, структурного підрозділу, первинного колективу і робочого місця.

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції, послуг; покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу; підвищення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; упровадження (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації; удосконалення організації інноваційної діяльності; впровадження нових інформаційних технологій; впровадження нових фінансових і облікових технологій; аналіз ресурсоемності кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; розвиток логістики; розвиток тактичного маркетингу.

Також ключовими факторами підвищення конкурентоспроможності підприємства стають зниження витрат, диференціація і системна інтеграція [6].

Основними завданнями у сфері підвищення конкурентоспроможності можна визначити такі:

- усунення бар'єрів підприємницькій діяльності, зменшення податкового тиску;
- удосконалення законодавства в галузі підприємницької діяльності, розроблення антимонопольного законодавства;
- забезпечення платоспроможного попиту населення;
- державна підтримка новостворених підприємств: створення служб інформації про новітні технології, зміни у законодавстві, перспективні ринки збуту;
- фінансове стимулювання інноваційної діяльності підприємств щодо створення нових товарів і послуг.

Перелічені заходи будуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності не тільки підприємства та його продукції, а й усієї економіки загалом.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів та виконання основних завдань, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства проектувати та виготовляти продукцію, яка користується більш пріоритетним попитом у споживачів за умови ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкретного ринку [7].

Можна стверджувати, що однією з головних проблем розвитку економіки України є підвищення ефективності суспільного виробництва при зосередженні зусиль на випуску конкурентоспроможної продукції і одночасному забезпеченні повної зайнятості працездатного населення.

Основою конкурентоспроможності будь-якої держави в цілому є забезпечення конкурентоспроможності кожного господарюючого, через те, що останні є основою для створення багатства національної економіки сучасності, а успіх таких фірм досить великою мірою визначається різними векторами у середовищі фірм як корпоративному так і соціальному.

Для динаміки розвитку України в умовах глобалізаційних процесів, конкурентоспроможність підприємств має велике значення. Лише дія у комплексі може вивести українську продукцію на високий рівень конкурентоздатності. Українські підприємства мають потенціал та можливість до підвищення ролі конкурентоспроможності їхньої продукції, а тим самим і до займання провідних і домінуючих позицій на українському ринку [2].

Література:

1. Шумейко Я.Г. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах/ Я.Г. Шумейко. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.confcontact.com/2016-ekonomika-i-menedzhment/2_shumejko.htm
2. Бабчук К.Л., Белкін І.В. Конкурентоспроможність українських підприємств в сучасних умовах глобалізації: XIV Міжнародна наукова інтернет-конференція. Рубрика: Соціум. Наука. Культура, Економіка [«Advanced technologies of science and education (19–21.04.2018)»]. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://intkonf.org/babchuk-kl-belkin-iv-konkurentospromozhnist-ukrayinskih-pidpriemstv-v-suchasnih-umovah-globalizatsiyi>
3. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : моногр. / за заг. ред. О. Г. Янкового. – О. : Атлант, 2013. – 470 с.
4. Бутко М. Інвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства // Екон. України. – 2008. – №4. – С. 40–45.
5. Гаврилюк О.В., Гузенко І.Ю. Конкурентні та інтегральні стратегії у глобальному розвитку // Екон. промисловості. – 2010. – №3. – С. 3–10.
6. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в ринкових умовах господарювання / О. В. Малик, А. А. Хачатрян. – 2016. – 63с.
7. Космина О. М. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / О. М. Космина // Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету. – 2013. – №. 1. – С. 125–131.

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

М.О. Панченко, к. е. н., доцент

К.П. Мунтян, студентка

Одеський національний політехнічний університет

м. Одеса

На сьогодні харчова промисловість являється однією з провідних формуючих галузей не лише агропромислового й промислового комплексів, а й усього господарського комплексу України. У порівнянні з іншими країнами світу Україна має найбільш сприятливий природний, людський, геополітичний і ресурсний потенціал для ефективного розвитку харчової промисловості.

Проблеми розвитку та розміщення підприємств харчової промисловості відображено у працях П.П. Борщевського, В.В. Вітвіцького, М.Я. Дем'яненка, Л.В. Дейнеко, П.Т. Саблука, М.Г. Чумаченка та ін. Питання бізнес-планування в харчовій промисловості розглядалися такими вченими як А.М. Богатирьов, Н. Зоря, Н.В. Валінкевич, Т.А. Говорушко, Г.М. Тарасюк та ін. Проте питання ефективності бізнес-планування у харчовій промисловості і нині залишаються актуальними.

Для більшості підприємств харчової промисловості характерним є те, що вони не мають офіційно прийнятих планів і у них відсутній механізм планування. А саме: відсутня система норм і нормативів, технологій планового процесу, організаційних структур планування тощо. Бізнес-планування як таке досить часто замінюється різного виду рішеннями підприємства про ті чи інші напрями господарської діяльності, які, зазвичай, розраховані на досить короткий період часу і за відсутності необхідного підходу можуть стати однією з причин виникнення проблемної ситуації в перспективі.

Не менш важливим аспектом діяльності підприємств харчової промисловості є планування заходів щодо стандартизації та сертифікації їх продукції. Кожна партія харчових продуктів, що надходить від виробника, повинна супроводжуватись посвідченням про якість, сертифікатом відповідності державній системі сертифікації або копією сертифіката відповідності, завіреною постачальником на товар, котрий підлягає обов'язковій сертифікації, або ж зазначеним у товаросупровідній документації його реєстраційним номером. Харчові продукти, які супроводжуються сертифікатом, вважаються проконтрольованими на їх відповідність вимогам стандартів і безпеки. Згідно з Декретом Кабінету Міністрів України від 10 травня 1993 року № 46–93 „Про стандартизацію і сертифікацію” нормативні документи зі стандартизації розподіляють за такими категоріями: державні стандарти України – ДСТУ; галузеві стандарти України – ГСТУ; стандарти підприємств – СТП; технічні умови України – ТУУ [4].

Для того, щоб створити конкурентоспроможну продукцію, керівництво підприємств харчової промисловості займається плануванням якості продукції. Воно включає: розробку й виробництво нових зразків харчових продуктів з вищими показниками якості, збільшення їх випуску, поліпшення показників якості продукції, що вже випускається, випуск продукції, атестованої за вищою категорією якості.

З метою уникнення кризових ситуацій важливим методичним та практичним аспектом забезпечення ефективного розвитку харчової промисловості на перспективу є бізнес-планування. Завдяки обґрунтованим у