

Брітченко І.Г., Ладунка І.С.

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Стаття присвячена вивченню актуальних проблемних питань конкурентоспроможності харчової продукції вітчизняних підприємств. Досліджено фактори підвищення конкурентоспроможності продукції та визначено шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств. Запропоновано заходи щодо вдосконалення методики оцінки та процесу управління конкурентоспроможністю продукції.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, інноваційна продукція, маркетингова стратегія підприємства, якість.

**Постановка проблеми.** За останні роки проблема конкурентоспроможності продукції в Україні стала однією з найбільш важливих. Від випуску конкурентоздатної продукції залежить ефективний та стабільний розвиток економіки. Цей показник характеризує не лише окремі підприємства, а й економіку країни загалом. Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки є досить актуальною і пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю. Завоювання й утримання конкурентних переваг – ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Особливої гостроти ця проблема досягає в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де від виробників продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу. Таким чином, успішне функціонування підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, що пропонується споживачам. Назріла необхідність розробки чіткої методології оцінки та управління конкурентоспроможністю продукції, заснованої на тісному взаємозв'язку загальноєкономічних законів економіки та менеджменту, психології та соціології, статистики та теорії ймовірностей, інших наук.

### Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Питанням розробки методології управління конкурентними перевагами різних об'єктів присвячені роботи як закордонних вчених-економістів – Ф. Котлера, М. Портера, А.А. Томпсона, І. Ансоффа, Г. Асселя так і вітчизняних дослідників – В.І. Герасимчука, І.Л. Решетникової, Е.М. Азаряна, А.Є. Воронкової, Ю.Ф. Ярошенка. Безпосередньо проблемі аналізу конкуренції в цій галузі присвятили свої праці такі російські вчені як Г.Л. Азоев, А.П. Градов, Н.К. Мойсеева, Н.Е. Симонова, Р.А. Фатхутдінов, А.Д. Юданов, Е.П. Пешкова, Е.П. Голубков, А.Н. Романов, А.А. Бревнов, Г.Л. Багієв та ін. Проблема забезпечення високої якості продуктів харчування досліджували вчені-економісти: П.Лайко, П.Саблук, А. Лисецький, Г.Чернюк,

Н.П. Вандяк, А.Я. Маніківська, О.С. Пономарьова та інші. Але деякі аспекти якості продукції харчування як фактора забезпечення її конкурентоспроможності недостатньо враховані або ж носять проблемний характер. У сучасній економічній літературі недостатньо дослідженим є процес управління конкурентоспроможністю продукції. Тому, актуальним і сучасним напрямом дослідження, на нашу думку, є вивчення та вдосконалення методики оцінювання та управління конкурентоспроможністю продукції.

**Мета дослідження.** Метою статті є визначення та обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності української продукції.

**Виклад основного матеріалу.** Конкурентоспроможність продукції відображає сукупність властивостей, що вказують на сутність задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку. Конкурентоспроможність у найширшому розумінні визначає можливість продажу товару на ринку в конкретний проміжок часу. Існує думка, що конкурентоспроможною вважають однорідну продукцію з технічними параметрами і техніко-економічними показниками [5, с.85].

Загальновідомо, що одним з ефективних засобів забезпечення конкурентоспроможності та стійкості вітчизняних підприємств є гнучкість його виробничих систем, здатність адаптуватись до змін та умов функціонування з меншими витратами і без них. Пошук своїх споживачів, розробка нових видів продукції самі собою не можуть зберегти конкурентні переваги та стійкість підприємства, якщо якість виготовлення продукції не відповідає світовим стандартам [6, с.37].

Існує думка про те, що соціально-економічне значення підвищення якості й конкурентоспроможності продукції полягає в тому, що заходи спрямування сприяють формуванню ефективнішої системи господарювання за умов ринкових відносин. Соціально-економічна ефективність підвищення конкурентоспроможності продукції, що виготовляють підприємствами полягає передусім у тому, що високоякісна та конкурентоспроможна продукція завжди повніше і краще задовольняє суспільно-соціальні потреби в ній; підвищення якості продукції є специфічною формулою виявлення закону економії робочого часу; конкурентоспроможна продукція забезпечує постійну фінансову стійкість підприємства та сприяє покращенню кінцевих фінансових результатів діяльності підприємства [9, с.8].

Проте поняття якості є одним з найскладніших, серед тих, що досліджують і науковці, тому до-

© Брітченко Ігор Геннадійович, доктор економічних наук, завідувач кафедри фінансів Ужгородського торговельно-економічного інституту КНЕУ, e-mail: ibritchenko@gmail.com

Ладунка Ілона Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств та економічної теорії Бердянського державного педагогічного університету, e-mail: ladunka\_ilona@mail.ru

силь важко однозначно сформулювати її визначення, тому що це поняття можна віднести до різноманітних об'єктів.

Під якістю продукції найчастіше розуміють сукупність її властивостей, які зумовлюють рівень можливості задовольняти певні потреби споживачів відповідно до їх призначення. Також якість можна охарактеризувати як сукупність характерних форм, зовнішнього вигляду й умов застосування, якими повинні бути наділені товари відповідно до їх призначення. Вищеперелічені елементи визначають вимоги до якості виробу, закладені на етапі проектування в технічній характеристиці виробу, в конструкторській документації, в технічних умовах, що передбачають якість сировини, розміри тощо [3, с.6].

Недостатня досліджена якість продукції є однією з основних причин низької ефективності виробництва продукції та її низької конкурентоспроможності на внутрішньому й зовнішньому ринках.

Основними причинами, що визначають необхідність забезпечення і підвищення якості продукції є: безперервне і кількісне зростання потреб (особистих, суспільних, виробничих), їх якісний розвиток і видозміна; зростання ролі та темпу науково-технічного прогресу в розвитку науки, техніки, виробництва, економіки; удосконалення і ускладнення конструкцій виробів, що випускаються, підвищення значущості функцій, які виконуються ними; наслідок, можливе зростання вартості браку; посилення вимог до інтенсифікації виробництва та підвищення його ефективності; посилення конкуренції на внутрішніх і світових ринках [1, с.39].

Для виробника продукція без дефектів, які б негативно впливали на її продаж, має найвищу цінність. Для споживача найвища цінність з'являється лише тоді, коли властивості продукції максимально відповідають його інтересам. Тому виробник завжди повинен всю увагу приділяти задоволенню попиту споживача. Очевидно, що саме ця проблема задоволення попиту існує зараз, оскільки відбулося насичення ринку продукцією, і нові потреби традиційними формами обслуговування не можуть бути забезпечені, що призводить до негативних результатів діяльності підприємства [2, с.45].

Треба чітко усвідомлювати, що забезпечити конкурентоспроможність продукції неможливо без комплексного вирішення економічних питань якості, а витрати на виготовлення продукції зростають більшою мірою, ніж підвищується її якість.

Для оцінки конкурентоспроможності важливо розуміти, що на сучасному ринку покупець здебільшого намагається купувати не товари як такі, а весь комплекс пов'язаних з ними послуг, важливих для покупця, так що останній оцінює конкурентоспроможність з власних, вигідних для нього, але значно менш вигідних для виробника позицій.

Конкурентоспроможність товару повинна бути ключовим моментом прийняття рішень щодо розширення та створення нових виробничих потужностей, розробки маркетингових прогнозів. Таким чином, вивчення конкурентоспроможності товару, що реалізується на ринку, треба проводити безперервно та систематично. Тому, необхідним є створення системи управління конкурентоспроможності продукції підприємства, основними етапами якої є: оцінка конкурентоспроможності продукції; вивчення факторів, що

впливають на її рівень; розроблення заходів для забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності продукції.

Оцінка конкурентоспроможності продукції ґрунтується на дослідженні потреб покупця та вимог ринку. Щоб товар задовольняв потреби покупця, він має відповідати певним параметрам: технічним (власності товару, галузь його використання й призначення); ергономічним (відповідність товару будові та функціям людського організму); естетичним (зовнішній вигляд товару); нормативним (відповідність товару чинним нормам і стандартам); економічним (відповідність ціни товару платоспроможності споживача); організаційним (умови поставки, комплектність поставки, сервісне обслуговування).

Щоб оцінити конкурентоспроможність, доцільно порівняти параметри нашого виробу з відповідним товаром конкурента щодо їх здатності задовольняти ту чи ту потребу покупця. Для цього розраховують одиничні й групові показники конкурентоспроможності продукції [8, с.98].

Розглядаючи питання забезпечення якості, слід урахувати й те, що поліпшення якості продукції на підприємстві вимагає додаткових виробничих витрат, а отже, зростає собівартість продукції і, відповідно, її ціна. Проте додаткові витрати повністю відшкодовуються у вищій ціні більш якісного товару, що забезпечує зростання рівня рентабельності й обсягу прибутку.

Дослідження роботи японських підприємств показує, що випуск високоякісної продукції дозволяє отримати потрібну вигоду у вигляді більш низьких виробничих витрат, більш високих чистих доходів, більшої частки ринку. Високоякісна продукція приносить приблизно на 40 % більше прибутку на інвестований капітал, ніж продукція низької якості [4, с.262].

Розглядаючи питання забезпечення якості справедливим, можна вважати вислів, що немає такого явища як проблема якості, а є проблема кваліфікації персоналу, який працює з урахуванням вимог ринку або без такого врахування.

Рівень якості покращується при зацікавленій участі працівників усіх підрозділів підприємства, адже 80–90 % заходів, спрямованих на підвищення якості, не контролюється відділом технічного контролю; для підвищення рівня якості продукції важливим є процес постійного навчання персоналу й підвищення мотивації його праці.

У зв'язку з цим необхідно відзначити роль вищої ланки управління в розробці системи, яка стимулює якісну роботу персоналу. Роль керівництва пояснюється тим, що воно повністю відповідає за ключові питання роботи підприємства – виділення ресурсів, створення організаційної структури, підбір і навчання кадрів, визначення політики, розробку стандартів, правил і процедур, аналіз змісту й методів роботи, оцінку та стимулювання результатів діяльності, розвиток управлінської команди.

Більшість підприємств розглядають якість як високоефективний засіб обійти конкурентів за допомогою постійної пропозиції щодо ринку товарів та послуг, що за допомоги вищих якісних характеристик краще задовольняють потреби споживачів, ніж аналогічна продукція конкурентів.

Основним завданням державної влади на сьогодні повинно бути стимулювання виробництва

високоякісної, екологічно безпечної та конкурентоспроможної продукції з використанням новітніх технологій. Проблема високоякісного харчування у нашій державі набуває все більш поширеного значення в результаті зростання кількості населення, а відповідно і зростання попиту на продукти харчування. Саме тому, якнайповніше задовольнити потреби і при цьому зекономити на виробництві, підприємці починають використовувати агрохімікати для вирощування сільськогосподарських культур та при зберіганні продукції. Тому державним органам необхідно звернути увагу і на те, що досить часто вітчизняні виробники економлять на смакових якостях продукції, а саме – на упаковці та транспортуванні.

Однією з проблем вітчизняних харчових підприємств є те, що сільськогосподарська сировина для цієї продукції часто виготовляється в антисанітарних умовах і це має величезний вплив на якість готової продукції. Одним із рішень даної проблеми є власне виробництво сировини вітчизняними підприємствами з дотриманням усіх державних стандартів.

Висока якість вітчизняної продукції сприятиме створенню високого іміджу України на міжнародних ринках, покращенню взаємозв'язків з іншими країнами.

Значне зростання виробництва високоякісної сільськогосподарської продукції і продуктів харчування можливе за обставин: формування ефективної системи підтримки українського аграрного виробника відповідно до вимог СОТ і ЄС; узгодження національних стандартів сільськогосподарської та харчової продукції з міжнародними стандартами; розробка та впровадження національної програми кредитування високоякісної сільськогосподарської продукції та продуктів харчування [7, с.21].

Найголовнішою передумовою покращення системи контролю якості до рівня СОТ є заміна застарілих систем новими, що вже впроваджені на міжнародні ринки. У світі розроблено безліч систем, що наближають якість харчової продукції підприємств України до міжнародних. Однією з таких є

система НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Point), або Система аналізу небезпечних чинників та критичних точок контролю. Це науково обгрунтована система, що дає змогу забезпечувати виробництво безпечної продукції шляхом ідентифікації та контролю небезпечних чинників і є єдиною системою управління безпекою харчової продукції, яка довела свою ефективність і прийнята міжнародними організаціями.

Забезпечення необхідної якості продукції повинно мати постійний характер і контролюватися на всіх стадіях виробництва продукції. Для цього необхідно створити відрегульовану систему дій, що сприятиме задоволенню потреб споживачів як на вітчизняних так і на міжнародних ринках та покращенню процесу виробництва.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** В результаті проведеного аналізу, назріла необхідність створення та вдосконалення вітчизняної системи управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, спираючись на досвід провідних країн світу. Оскільки якість є одним з основних факторів підвищення конкурентоспроможності на вітчизняних та зарубіжних ринках, високі стандарти якості допоможуть вітчизняним підприємствам завоювати зарубіжні ринки, тому встановлення таких стандартів повинно бути першочерговим завданням державних органів управління.

Таким чином, для того, щоб підвищити якість харчової продукції і відповідно її конкурентоспроможність необхідно: забезпечити вітчизняні переробні підприємства високоякісною сільськогосподарською сировиною; підвищити технічний та технологічний рівень підприємств; підвищити увагу державних органів всіх рівнів до проблеми якості сільськогосподарської та харчової продукції; запровадити на усіх підприємствах, що працюють на зарубіжних та вітчизняних ринках системи управління якістю та безпекою харчової продукції; створення програм фінансування проєктів з підвищення якості продукції.

## ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вандяк Н.П. Значення підвищення якості продукції на підприємствах харчової промисловості / Н. П. Вандяк // Стратегія ресурсозберігаючого використання аграрно-економічного потенціалу на основі активізації інноваційно-інвестиційної діяльності – об'єктивна передумова інтеграції країни в світове співтовариство. Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції 18 травня 2007 р. – Тернопіль, 2007. – С. 39
2. Галичев А.В. Основы управления качеством продукции / А.В.Галичев. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2001. – 424с.
3. Гиссин В. И. Управление качеством продукции / В.И.Гиссин. – Ростов н/Дону: Феникс, 2000. С.6.
4. Как работают японские предприятия / [ под ред. Я. Мондена и др.] ; сокр. пер. с англ. – М. : Экономика, 1999. – С.262
5. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2001. – 240с.
6. Конкурентна стійкість на ринку: оцінка конкурентоспроможності як чинник визначення стійкості підприємства ринку//Легка промисловість. – 2003, №3. – С.37.
7. Лайко П.А., Бабієнко М.Ф., Бузовський Є.А., Іщенко Т.Д. Якість сільськогосподарської продукції та продуктів харчування як вирішальна складова продовольчої безпеки. // Економіка АПК. – 2005. – №1. – С.12.
8. Маніківська А.Я. Технологія зберігання переробки і сільськогосподарської продукції. / А.Я. Маніківська, Л.Ф. Скалецька, Г.І. Подпратов, А.Н. Сенекін. – Ніжин: „Аспект”, 1999. – 384 с.
9. Пономарьова О.С. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства / О.С. Пономарьова // Економіка, фінанси, право.- 2009. - №5.-с. 8.
10. Сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua>

Одержано 07.04.2015 р.