

Шарко М.В.

доктор економічних наук, професор

Васильченко К.Г.

аспірант

кафедра економіки підприємництва

Херсонський національний технічний університет

Бериславське шосе, 24, м. Херсон, Україна, 73008

E-mail: k_vasil4enko@mail.ru

DOI: [10.15673/2312-847x.25/2015.38461](https://doi.org/10.15673/2312-847x.25/2015.38461)

ШЛЯХИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

На основі узагальнення наявних відомостей про проблеми функціонування підприємств харчової промисловості обґрунтовано перспективи та основні напрямки їх розвитку, шляхи та способи підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається.

Ключові слова: харчова промисловість, ефективність, перспективи розвитку, шляхи реалізації.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Визначаючи основні концептуальні підходи до подальшого розвитку харчових підприємств, їх специфіку, особливості розвитку, систематизації технологій і структурування основних блоків, в межах яких повинні здійснюватись ті чи інші зміни, необхідно намітити основні шляхи та напрями обґрунтування засобів підвищення конкурентоспроможності продукції. Слід відмітити, що всі вони повинні бути направлені на створення системи інноваційних процесів, спрямованих на вирішення задач управління, механізмів самовивчення і самоорганізації, які забезпечують кількісні та якісні зміни у всіх сферах діяльності підприємства. Тільки за умови широкого впровадження інноваційних розробок можливо наповнити ринок конкурентоспроможною продукцією. Разом з тим замість високотехнологічної наукоємної продукції товари харчової галузі надаються в основному сировиною та напівфабрикатами низького рівня обробки. Швидкість впровадження нових технологій визначає сьогодні конкурентоспроможність продукції, що випускається.

Виробнича та економічна діяльність харчових підприємств, що працюють в умовах високого рівня невизначеності і непередбачуваності змін зовнішнього середовища, потребує перегляду встановлених позицій управління, розподілення ресурсів, об'ємів випуску, каналів збуту продукції.

Аналіз останніх публікацій з означеної проблеми [1-7] показав, що динамічна конкуренція на ринку харчових продуктів вимагає підприємства освоювати нові технології виробництва і збереження продукції, забезпечуючи нові якості і особливостей товарів, екологічну чистоту сировини, безпеку споживання для всіх вікових категорій населення. Ця особливість виробництва націлена на кінцевий результат, де кожний із покупців є експертом цього виду продукції і дає йому свою оцінку, що змушує харчові підприємства постійно створювати пошук напрямів підвищення конкурентоздатної продукції.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є обґрунтування основних шляхів та засобів підвищення конкурентоспроможності харчових підприємств.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Обґрунтування теоретико-методологічних основ, стратегічних пріоритетів механізмів формування бізнес-середовища є однією з маловивчених галузей сучасної економіки. Зниження вимог до якості продукції, скорочення служб, які діють на всіх ланках технологічного ланцюга, наявність збоїв і помилок в технології, крім економічних втрат і зменшення прибутку виробництва обов'язково призведе до зниження конкурентоздатності підприємства і його ліквідування з ринку виробництва харчової продукції.

Важливою конкурентною перевагою харчових підприємств є визначення ціни продукту, що випускається, адекватної купівельній спроможності населення. Вона повинна задовольняти споживачів і відповідати меті отримання прибутку підприємства. При встановленні ціни враховується характер конкуренції на ринку продовольчих товарів, цінова політика конкурентів, рівень попиту на продукт, що випускається, витрати на його використання.

Інвестиційно-інноваційні процеси в Україні характеризуються великою нестабільністю у технічній, соціальній і економічній сферах. Сучасні політичні процеси і їх відображення в сфері економіки, однозначно, негативно впливають на інвестиційний клімат галузі та її привабливість. Необхідність у постійному пошуку потреб конкурентних переваг зумовлює необхідність зміни класичної парадигми управління харчовим підприємством, де окремо відрізняють технологічне, економічне, фінансове, збутове, рекламне, маркетингове і адміністративне управління і забезпечення на концептуально нову парадигму, де всі ці ланки структури підприємства об'єднуються в одне ціле і створюють єдину систему взаємозв'язаних і взаємозалежних складових.

Розвиток передбачає не тільки перехід з одного стану в інший, а й створення нової системи управління і регулювання інноваційними трансфор-

маціями зі своїм набором якостей і характеристик, щоб забезпечити підприємству своє місце на ринку, яке склалося у поточний момент часу. Таким трансформаційним перетворенням структури підприємства, які адекватно відображають ситуаційні зміни зовнішнього середовища функціонування виробничих об'єктів, повинні відповідати наступні умови:

- готовність до інноваційної діяльності: наявність матеріальних, фінансових і трудових ресурсів здатних сприймати зміни, які наступають;

- цілісність запропонованих підприємств, що охоплюють всі сфери дій підприємств, так як фрагментарність інноваційних змін в одній з ланок виробництва обов'язково призведе до диспропорцій і деструктуризації виробництва;

- чітко організована послідовність реалізації цілеспрямованих заходів, орієнтованих у часі, направленість взаємодій між технологічними та структуруючими параметрами виробництва;

- поступальний характер інноваційного оновлення, спрямований на підвищення якості продукції та задоволення зростаючих потреб споживачів;

- планомірний і науково обґрунтований характер заходів, що пропонуються.

Дотримання цих умов розвитку обумовлює необхідність постійного росту компетенції і інтелектуалізації персоналу, підвищення його освітнього рівня, мотивації праці, формування нової ментальності, розуміння основних моделей здійснення розвитку, сукупності цілей, на досягнення яких вони спрямовані, через постійне вдосконалення методів менеджменту впровадження інновацій.

При цьому ключові пріоритети повинні віддаватися мотивації творчої, продуктивної і ініціативної діяльності робітників. Тільки тоді збережеться єдність взаємозаповнення ліній функціонування харчового підприємства як необхідної ланки між виробником і споживачем харчової продукції.

Посилена реалізація інноваційної діяльності підприємств галузі і, в кінцевому рахунку, підвищення конкурентоздатності продукції, що випускається, можливі лише при використанні первинних розробок «економіки знань» та реалізації творчого потенціалу співробітників. У цих умовах інтелектуальне співробітництво спеціалістів різних видів наукових досліджень економіки, математичного моделювання, теорії прийняття рішень, нечіткої логіки, кластерного аналізу та інших дозволить розробити нові методи управління і виключити суб'єктивізм керівників і авторитарний стиль управління в прийнятті важливих і часом необґрунтованих стратегічних рішень. Запропоновані авторами напрямки підвищення конкурентоспроможності харчових підприємств представлені на рис. 1.

Оцінка інтелектуальних здібностей персоналу, забезпечення можливостей його постійного навчання, підвищення уваги до створення умов для творчого розвитку особистості складає одне із напрямів підвищення конкурентоздатності харчових підприємств.

Використання унікальних, нетрадиційних методів регулювання і управління інноваційною діяльністю харчових підприємств, неординарних підходів до структури виробництва і розподілення ресурсів у напрямку задоволення потреб споживачів забезпечить підприємству наявність конкурентних переваг.

Серед таких методів управління, найбільш прийнятними для підприємств харчової промисловості є статистичні взаємодії дерева рішень і системи Байеса. Орієнтація діяльності підприємства і об'єкт зосередження його уваги повинні бути направлені на підвищення якості продукції, яка випускається, що у кінцевому результаті забезпечить задоволення потреб споживачів, об'єми виробництва і запланований прибуток.

Ще одним напрямом підвищення конкурентоздатності підприємств харчової промисловості є зміна моделей функціонування підприємства. Замість статичної, яка передбачає спеціалізацію і необхідність фокусування діяльності суб'єктів господарювання на одній із універсальних стратегій, – диференціювання продукту, мінімізації витрат, концентрації на певному сегменті, повинне розвиватися її динамічне втілення, яке проявляється в активності управління, в системі всіх видів технологічних і економічних взаємодій, адекватної змінам зовнішнього середовища. Це досягається за рахунок інтеграції процесів виготовлення, реалізації і управління різних підходів, способів і методик розвитку функціональних циклів, використання сучасних інформаційних технологій.

Напрямами підвищення залучення покупців шляхом створення нових споживчих якостей конкурентоспроможності продукції, що випускається підприємствами галузі, є і постійна боротьба через інтелектуальні активи, постійне оновлення виробництва продуктів, технологій розвитку і гнучких стратегій управління. Такі ланцюги цінностей створюють джерела конкурентних переваг та інноваційний потенціал підприємства.

Формування інноваційної політики харчового підприємства повинно забезпечити відповідність товарів споживання існуючим стандартам. Головним призначенням стандартизації і сертифікації є отримання певних нормативів та вимог при створенні продукту, що є запорукою його якості та безпечності для споживача. Заходи з оптимізації витрат підприємства повинні бути направлені і на підвищення якості продукції, і на розширення асортиментного ряду продукції, що випускається, для залучення споживачів.



Рис. 1. Шляхи та засоби підвищення конкурентоздатності харчових підприємств

Ще одним напрямом підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі є забезпечення можливостей оперативного реагування системи управління підприємством або його частинами на виклики зовнішнього середовища, оптимального підлаштування під сучасні потреби ринку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Спрямованість на зміну потреб ринку за рахунок налагодження або корегування існуючих взаємозв'язків не тільки в середині підприємства, між окремими працівниками, а й з елементами зовнішньо-

го середовища: споживачами, конкурентами, постачальниками, складає необхідний атрибут діяльності інноваційного розвитку підприємств харчової галузі, направлений на підвищення конкурентоздатності продукції.

Тільки таким чином забезпечується своєчасне і адекватне реагування харчового підприємства на зміни умов зовнішнього середовища і досягається системність і збалансованість орієнтацій підприємства на досягнення місій свого розвитку.

Література

1. Золотих І. А. Проблеми інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості / І. А. Золотих // Економіст. – 2012. – № 2. – С. 40-41.
2. Коваленко К. С. Шляхи вирішення проблем конкурентоспроможності вітчизняних підприємств харчових продуктів на міжнародному ринку / К. С. Коваленко // Інноваційна економіка. – 2012. – № 7. – С. 118-121.
3. Купчак П. М. Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних та глобалізаційних процесів: монографія / за ред. д.е.н., проф. Л. В. Дейнеко. – К.: Рада по вивч. прод. сил України НАН України, 2009. – 152 с.
4. Тарасенко І. О. Оцінка інноваційної активності підприємства в системі стратегічного управління / І. О. Тарасенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9. – С. 133-141.
5. Федулова Л. І. Технологічна структура економіки України / Л. І. Федулова // Економіст. – 2008. – № 5. – С. 28-33.
6. Харчова промисловість України: стан та перспективи / за ред. І. Р. Юхновського. – К.: Знання, 2007. – 670 с.
7. Шарко М. В. Управление развитием инноваций в промышленном производстве. – Херсон.: Олди-Плюс, 2010. –

Шарко М.В.

доктор экономических наук, профессор

Васильченко Е.Г.

аспирант

кафедра экономики предпринимательства

Херсонский национальный технический университет

Бериславское шоссе, 24, г. Херсон, Украина, 73008

E-mail: k_vasil4enko@mail.ru

ПУТИ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

На основе обобщения имеющихся сведений о проблемах функционирования предприятий пищевой промышленности обоснованы перспективы и основные направления их развития. Представлены пути и способы повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, среди которых основными являются: экологическая безопасность потребления, адаптация к рыночным позициям, широкое внедрение инновационных разработок, использование нетрадиционных методов управления, трансформационные изменения управления, создание условий для обучения и повышения квалификации персонала, ориентация на уровень поиска потребителей, обеспечение высокого качества продукции, использование высоких технологий.

Ключевые слова: пищевая промышленность, эффективность, перспективы развития, пути реализации.

Sharko M.V.

Doctor of Economics, Professor

Vasilchenko E.G.

Postgraduate student

Department of Economics of Entrepreneurship

Kherson National Technical University

Berislavskoe shosse, 24, Kherson, Ukraine, 73008

E-mail: k_vasil4enko@mail.ru

WAYS AND DIRECTIONS OF INCREASE THE COMPETITIVENESS OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

Prospects and basic directions of their development are grounded on the basis of generalization of present information about the problems of functioning of enterprises of food industry. Ways and methods of increase of competitiveness of products which is produced are presented. Among them are ecological unconcern of consumption, addictiveness of market positions, wide introduction of innovative developments, use of untraditional methods of management, transformation changes of management, creation of conditions for studies and in-plant training personnel, orientation on the level of search of users, providing of high quality of products, use of high-tech technologies.

Keywords: food industry, effectiveness, prospects of development, directions, transformation changes, ways of realization.

References

1. Zolotyh I. A. (2012). Problemy innovatsionnoho rozvytku pidpryemstv kharchovoi promyslovosti. *Ekonomist*. № 2, 40-41.
2. Kovalenko K. S. (2012). Shliahy vyrishenia problem konkurentospromozhnosti vitchyznnykh pidpryemstv kharchovykh produktiv na mizhnarodnomu rynku. *Innovatsiyna ekonomika*, № 7, 118-121.
3. Kupchak P. M. (2009). Kharchova promyslovisht Ukrainy v umovah aktivizatsii integratsiynih ta globalizatsiynih procesiv : monografiia, za red. doktora ekonomichnih nauk, profesora L. V. Dejnego. K. : Rada po vyvch. prod. syl Ukrainy NAN Ukrainy, 152.
4. Tarasenko I. O. (2009). Ocinka innovatsiynoyi aktyvnosti pidpryemstva v systemi strategichnogo upravlinnya. I. O. Tarasenko, *Aktualni problemy ekonomiky*, № 9, 133-141.
5. Fedulova L. I. (2008). Tehnologichna struktura ekonomiky Ukrainy. L. I. Fedulova, *Ekonomist*, № 5, 28-33.
6. Kharchova promyslovisht Ukrainy: stan ta perspektyvy, za red. I. R. Yuhnovskogo. (2007). K. : Znannya, 670.
7. Sharko M. V. (2010). Upravlenie rozvytiem innovatsiy v promishlennom proizvodstve. Kherson. : Oldi-Plus, 448.