

Гнедич В.І., викладач економічних дисциплін,
спеціаліст вищої категорії, викладач—методист
Технологіко-економічний коледж Білоцерківського
національного аграрного університету

ЯКІСТЬ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ –ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТА ОСНОВНІ ВАЖЕЛІ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність функціонування аграрного сектора економіки в ринкових умовах залежить від конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності і можливості адаптації до змін ринкової ситуації. Центр економічної діяльності переміщується до основної ланки всієї економіки - підприємства. Саме на цьому рівні створюється потрібна суспільству продукція та надаються необхідні послуги. На підприємстві зосереджені висококваліфіковані кадри, вирішуються питання економічного витрачання ресурсів, застосовується високопродуктивна техніка та технологія, розробляються бізнес-плани, використовується маркетинг, здійснюється ефективне управління – менеджмент. Підприємницькі структури аграрної сфери економіки в процесі своєї діяльності стають учасниками конкурентної боротьби за споживача і можливість їх виживання залежить від здатності ефективно та в комплексі використовувати усі свої переваги над конкурентами. Тенденції сучасної ринкової економіки вимагають від товаровиробників виробити найбільше продукції відповідної якості та зробити цей процес ефективним. Залежно від ефективності функціонування підприємства, значною мірою залежить і міцність цього підприємства - його конкурентоспроможність, що проявляється у його конкурентній позиції.

В аграрному секторі економіки України за останнє десятиріччя змінилися економічні умови господарювання. Серед найбільш актуальних проблем розвитку підприємств молокопереробної галузі є створення адаптованої до сучасних умов господарювання системи управління конкурентоспроможністю продукції, забезпечення якої може гарантувати довготривале та результативне функціонування на ринку. Рішення про вибір альтернативних заходів з управління конкурентоспроможністю підприємства має спиратися на результати оцінки та порівняння кінцевого ефекту комерційної діяльності.

У зв'язку зі значною конкуренцією на сировинному ринку виробництво готової молочної продукції все у більшій мірі концентрується на великих підприємствах, які вкладають значні кошти в модернізацію виробництва, мобільно реагують на зміни кон'юнктури ринку, постійно збільшують свій асортимент та щоб не втратити свою частку на ринку за умов сезонного дефіциту сировини, розширюють ринок збуту за рахунок пошуку нових споживачів та експортних поставок [1, с. 176]. В умовах конкуренції товаровиробників і відсутності державного контролю за виробництвом та розподілом виготовленої продукції, зростає значення комерційної діяльності підприємства. Для аграрного підприємства конкурентоспроможність - це забезпечення оптимального співвідношення між обсягами виробництва і реалізації продукції та його ресурсним потенціалом, платоспроможності і інвестиційної привабливості підприємства. З іншого боку, під конкурентоспроможністю слід розуміти здатність виробляти продукцію, яка користується попитом на ринку, брати участь у боротьбі за покупця, а також шукати напрямки збільшення своєї частки на ринку.

Кожне підприємство у процесі господарської діяльності є учасником конкурентної боротьби за споживача (покупця), а тому, одним із важливих елементів є визначення механізму забезпечення конкурентоспроможності.

Управління конкурентоспроможністю повинно бути рейтинговим, тобто таким, яке при прийнятті управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності орієнтується на основний результат – рейтинг та порівнює його з необхідними витратами для досягнення ефективності. Досягнення високого рівня конкурентоспроможності можливо під час системної розробки стратегії діяльності підприємства.

Саме такі підходи в прийнятті управлінських рішень застосовує потужне молокопереробне підприємства ТОВ «Білоцерківський молочний комбінат», яке побудовано у відповідності з директивами Європейського Союзу та вимогами Міжнародної молочної федерації. Проектна потужність комбінату складає 250 тонн переробки молочної сировини на добу, після закінчення будівництва другої черги загальна потужність підприємства буде сягати 400 тонн.

Земельна ділянка підприємства розташована у безпосередній близькості від магістралі Київ - Одеса. Таке розташування дозволяє комбінату бути привабливим партнером серед виробників молочної сировини, а також досягати високих показників завдяки ефективній логістиці сировинних потоків в даному регіоні. Близькість до Києва і доступність транспортних артерій до всіх потенційних ринків збуту сприяє організації ефективного збуту і дистрибуторської мережі.

Сировиною для виготовлення продукції служить молоко вищого і першого гатунків, яке постачається виключно від сільгоспдприємств в радіусі 200 км. Серед агровиробників – господарства Київщини, Вінниччини, Черкащини. Готова продукція реалізується ТОВ «Торговий Дім Тульчинка» - компанією, яка є ексклюзивним дистрибутором продукції підприємства та управляє збутовою мережею групи торгових марок комбінату - «Milklife», «Біла лінія», «Premiale».

Значене місце в системі забезпечення конкурентоспроможності продукції займає її якість. Промислове підприємство може забезпечити конкурентоспроможність продукції, якщо її якість співпадає з очікуваннями споживачів, або перевищує їх. Кожний товар є носієм різних властивостей, які відображають його корисність і відповідають певним вимогам.

Високий рівень якості продукції – це конкурентна перевага вищого рівня, що забезпечує підприємству стійкість на ринку на тривалу перспективу. Підвищуючи якість продукції, товаровиробник випереджає найближчих конкурентів в довгостроковій перспективі, оскільки останнім знадобиться тривалий час і значні капіталовкладення в оновлення технологій і налагодження нового виробництва. Показник якості поступово займає пріоритетну позицію серед факторів забезпечення конкурентоспроможності продукції. Якість визначається рівнем задоволення споживача, чим окреслюється соціально-економічна та суспільна значимість її підвищення. На різних стадіях життєвого циклу продукції інтенсивність і набір факторів впливу будуть різними. В забезпеченні якості продукції вагоме місце посідає її стандартизація та сертифікація, що є важливою складовою нормативного забезпечення управління якістю та конкурентоспроможністю продукції.

На ТОВ «БМК» діє закритий технологічний процес виробництва молочної продукції та автоматизоване управління виробничими процесами, що гарантує мінімальний вплив людського чинника та оточуючого середовища на якість продукції. Новітнє обладнання дозволяє застосовувати прогресивні технології щадних режимів теплової обробки молока, що гарантує максимальне збереження корисних складових частин молока та забезпечує високу харчову та енергетичну цінність молочної продукції. У виробництві кисломолочної продукції ТОВ «БМК» використовує високоякісні закваски датської компанії «Chr.Hansen». Це забезпечує високий рівень корисності молочної продукції для організму людини.

В асортименті «Білоцерківського молочного комбінату» повний спектр цільномолочних продуктів для всіх груп споживачів під загальним брендом «Milk Life». Продукція м'якої сирної групи - зернистий сир у вершках «Cottage Cheese» і «Фета» - вважався делікатесною. ТМ «Біла лінія» розрахована на широкі кола споживачів. Серед найбільш популярної продукції: молоко, сметана, ряжанка, кефір без добавок, біо-кефір, біо-йогурти та топлене молоко. Вся продукція високоякісна. Наприклад, в йогуртах підприємства зміст фруктових наповнювача складає 15 % і це шматочки фруктів.

Досягнення високої якості і безпечності продукції можливе лише в умовах постійного вдосконалення та поліпшення впроваджені на підприємстві інтегровано системи управління якістю та безпечністю харчових продуктів у відповідності з вимогами ДСТУ ISO 9001:2009, ДСТУ ISO 2200:2007.

Рівень споживання молока та молочної продукції визначається не лише платоспроможністю населення, але й обсягом її пропозиції на ринку. Підприємство нарощує

обсяги виробництва і розширює свій асортимент.

Важливим інструментом конкурентоспроможності є використання цінових рівнів, які притаманні відомим торговим маркам.

Враховуючи, що конкурентоспроможність є комплексною багатоаспектною характеристикою товару, то саме ця складова і визначає переваги молокопродуктів ТОВ «БМК» на ринку порівняно з аналогічними товарами - конкурентами, як за ступенем відповідності конкретній потребі, так і за витратами на їх задоволення.

Конкурентоспроможність повніше розкривається через систему економічних показників. Підприємство має обсяги виробництва та реалізації продукції протягом 2017 року до 130 тис. тонн. Підприємство має на меті досягти 12 % українського ринку молокопродуктів.

Стратегія БМК базується на двох складових - сучасному високотехнологічному виробництві та якісній натуральній сировині. Впроваджена сучасна європейська безконтактна технологія виробництва забезпечує високий ступінь чистоти харчового виробництва. Зі вступом України в СОТ комбінат має перспективи виходу на європейський ринок.

З метою підвищення конкурентоспроможності готової продукції та її позитивного впливу на ефективність комерційної діяльності «Білоцерківського молочного комбінату» необхідно розширити джерела закупівлі сировини; удосконалити маркетингову стратегію по створенню брендів Milk Life, Біла лінія, Premiale; забезпечити ринок якісною молочною продукцією у декількох цільових та цінових сегментах; сформувати бажаний імідж продуктів, а також проведення гнучкої та активної превентивної політики реагування на зміни конкурентного середовища господарювання; використання досягнень науки та техніки; здійснювати постійний і систематичний аналіз ринку та потреб, а також задовольняти нові потреби ринку; формувати та впроваджувати дієву систему управління якістю та конкурентоспроможністю продукції. Врахування цих принципів дозволить підприємству розвиватись та конкурувати на ринку за сучасних умов.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Закон України "Про захист економічної конкуренції" від 11.01.2001
2. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. - Київ : Знання, 2011. - 495 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник.- 7-ме вид.-Київ: Лібра, 2010.-720 с.
4. Верхоглядова Н. І. Економіка підприємства// навчальний посібник. - 2008. - №10 - С. 168-182.
5. Манів З. О. Економіка підприємства // навчальний посібник. - 2006. -№14 - С. 406-412.
6. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства // підручник. - 2008. - №14 - С. 326 - 368.
7. Саблук П. Т. Управління агропромисловим розвитком України // Збірник праць / за ред.. М. І. Бахмата. - 2008. С. 518
8. <http://library.if.ua/>

19 жовтня 2018рік