

2. Маркетинговое агентство. Стаття: Маркетинг и психология: превращаем знания в триггеры URL:<https://mgn.com.ua/marketing-psihologija-prevrashhaem-znaniya-v-triggery/>

3. «Психология влияния»/ Роберт Чалдини URL:<https://ru.bookmate.com/books/snE2rNxK>

*Науковий керівник: Л.В. Гула, асистент  
Миколаївський національний аграрний університет*

## **ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**Постоловка Д.І.,**

*здобувач фахової передвищої освіти спеціальності 051 «Економіка»  
Черкаський державний бізнес-коледж*

Діяльність ринкових відносин в Україні неможлива без ефективного та сталого розвитку економіки, яка сильно залежить від виробництва конкурентоспроможної продукції. Один із найважливіших факторів, що визначає успіх підприємства та забезпечує конкурентоспроможність – це якість його продукції, яка має відповідати не лише національним особливостям, а й міжнародним. Підвищення якості продукції - це інтенсивний розвиток економіки країни, ефективність суспільного виробництва, джерело економічного зростання. Харчова промисловість завжди була ключовим пріоритетом і стратегічним напрямком для України, забезпечуючи потреби внутрішнього ринку та забезпечуючи національне лідерство в групі країн-лідерів у виробництві харчових продуктів, що обумовлює актуальність дослідження.

Проблемами якості та конкурентоспроможності продукції займалися багато зарубіжних та вітчизняних вчених. Відомі вчені, а саме: Г. Азоєв, Ф. Найт, В. Л. Дикань, зверталися до питання конкурентоспроможності та якості як найважливішого аспекту забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність продукції — це сукупність характеристик, що вказують на ступінь виконання вимог конкурентоспроможності щодо подібних товарів на ринку[1].

Одним із оперативних інструментів підтримки конкурентоспроможності та стабільності вітчизняних компаній є гнучкість їх виробничих систем, здатність дешево та без втрат пристосовуватися до мінливих умов праці. Якщо якість продукції не відповідає міжнародним нормам, пошук своїх клієнтів і створення нових продуктів самостійно не зможе зберегти конкурентні переваги та стійкість компанії [2].

Під якістю продукції часто розуміють сукупність властивостей, що визначають ступінь здатності задовольняти потреби певних споживачів відповідно до їх цільового використання. Якість також може бути охарактеризована як цілісність оригінальної структури, зовнішнього вигляду та умов використання, які повинні бути забезпечені продуктом відповідно до цільового використання. Перераховані вище елементи є вимогами до якості продукції, які на етапі проектування знаходять відображення в тех

нічних характеристиках виробу, у конструкторській документації, в технічних умовах, що впливають на якість сировини, розміри т.д. [3].

Наразі однією з головних причин малої ефективності виробництва та його низької конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках є недостатня дослідженість важливості та ролі якості продукції.

Основними причинами, які визначають необхідність забезпечення та підвищення якості є:

- кількісне та неухильне зростання потреб (соціальних, особистих, виробничих), їх зміна та якісний розвиток;
- зростання ролі і темпів науково-технічного прогресу в розвитку економіки, науки, виробництва і техніки;
- ускладнення буди, структури продукції, що випускається, тим самим підвищуючи цінність виконуваних ними функцій;
- підвищення вимоги до виробництва та його ефективності;
- посилення конкуренції на національному та світовому ринках [4].

Є два способи змінити якість: перший — це проста перестановка властивостей продукту; другий – зміна складу характеристик товару [5].

За зацікавленої участі всіх співробітників з усіх сфер діяльності компанії підвищується рівень якості, оскільки 80-90% заходів з підвищення якості не контролюються технічним контролем. Для найкращої якості продукції важливо постійно навчати співробітників і підвищувати мотивацію їх роботи.

Головним завданням уряду на даним момент має стати заохочення виробництва якісної, екологічно чистої та конкурентоспроможності продукції з застосуванням новітніх технологій. Якість сільськогосподарської продукції та продуктів харчування наразі має бути пріоритетом для влади всіх рівнів.

Зростання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та продуктів харчування найвищої якості можливе за наступних умов:

- створення ефективної системи підтримки українських сільгоспвиробників відповідно до вимог СОТ та ЄС;
- зміна національних стереотипів щодо сільськогосподарської та харчової продукції через міжнародні стандарти;
- визначення та виконання державної програми акредитації сільськогосподарської продукції та продуктів харчування [6].

Однією з важливих передумов удосконалення системи контролю якості на рівні СОТ є заміна старих систем на нові, які давно закріпилися на міжнародному ринку. У світі розроблено кілька систем, щоб вивести якість продуктів харчування компаній на міжнародний рівень. Однією з них є НАССР (Risk and Critical Risk Control Speech) або системи критичного моніторингу та аналізу ризиків. Це науково обґрунтована система, яка допомагає ідентифікувати та відстежувати небезпеки для створення безпечних продуктів. Система НАССР є єдиною системою управління безпечністю харчових продуктів, яка пройшла випробування та сертифікацію міжнародною організацією [7].

Забезпечення необхідної якості продукції має бути постійним і контрольованим на всіх етапах виробництва. Для цього необхідно створити регламентовану систему

дій, що задовольняє потреби споживачів на національному та міжнародному ринках та покращує виробничий процес.

Для підвищення якості продуктів харчування та, відповідно, їх конкурентоспроможності необхідне:

- забезпечення вітчизняних переробників високоякісною сільськогосподарською сировиною;

- підвищення технологічного і технічного рівня підприємств;

- інформування органів державної влади всіх рівнів про проблему якості сільськогосподарської та харчової продукції;

- впровадження систем управління якістю та безпечністю харчових продуктів на основі принципів НАССР у всіх компаніях, що працюють у країні та за кордоном;

- створення програм фінансування проектів підвищення якості продукції.

Отже, якість є одним із найважливіших факторів підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках. А харчові компанії повинні уважно стежити за цим фактором, навіть якщо це вимагає додаткових витрат. Адже, такі витрати повністю компенсуються додатковим прибутком, який забезпечує високий попит на якісні та екологічні продукти харчування. Високі стандарти якості допомагають місцевому бізнесу виходити на зовнішні ринки, тому ці стандарти мають бути пріоритетними для влади.

#### Список використаних джерел:

1. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. К.: КНЕУ, 2017. 240с.
2. Конкурентна стійкість на ринку: оцінка конкурентоспроможності як чинник визначення стійкості підприємства ринку//Легка промисловість.2014, №3. С.37.
3. Гиссин В.И. Управление качеством продукции / В.И.Гиссин. Ростов н/Дону : Феникс, 2018. С.6.
4. Вандяк Н.П. Значення підвищення якості продукції на підприємствах харчової промисловості / Вандяк Н.П. // 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 2017 р. Тернопіль, 2017. С. 39
5. Шаповал М.І. Менеджмент якості : підручник / М.І.Шаповал.3-тє вид., випр. I допов. К. : Т-во «Знання», КОО, 2017. 471 с.
6. 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. 2015. №1. С.12.
7. Сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України: вебсайт. URL:<http://www.minagro.gov.ua>

*Науковий керівник: А.О. Цибань, викладач 2-гої категорії  
Черкаський державний бізнес-коледж*