

сільськогосподарського виробництва та процесу реалізації продукції галузі на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Список використаних джерел

1. Духневич А.В. Сільське господарство в умовах членства України в СОТ. *Часопис Академії адвокатури України*. 2011. № 12. С. 14-17.
2. Жибак М. М., Христенко Г. М. Світовий ринок органічної продукції: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економічний форум*. 2019. № 3. С. 3–8.
3. Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики на період до 2020 року: Закон України. №2818VI від 21.12.2010 р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/281817>

Annotation: *Agriculture is one of the main branches of economy of Ukraine that can cover needs of domestic market and keep the leading positions of the state on the global level. Therefore, the study of environmentalization of agriculture with consideration of foreign experience, is a relevant and important topic for the development of scientific research on this issue.*

Key words: *agriculture, environmentalization, ecosystem, organic products.*

Науковий керівник: Кушнірук В.С.

*кандидат економічних наук, доцент
кафедра готельно-ресторанної справи та організації бізнесу,
Миколаївський національний аграрний університет,
м.Миколаїв, Україна*

УДК 339.137.2+65.012.32

ОПЕРАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Шиян Богдан Вікторович,

*здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна*

Анотація: *Актуальність дослідження операційного менеджменту та його впливу на конкурентоспроможність продукції компаній у наш час неможливо переоцінити. З розширенням глобальної конкуренції та стрімкими змінами на ринку, підприємства стикаються з викликами, пов'язаними з оптимізацією виробничих процесів, зниженням витрат, покращенням якості продукції та швидким реагуванням на мінливі потреби споживачів. Операційний менеджмент відіграє ключову роль у вирішенні цих завдань,*

управляючи ресурсами, процесами та технологіями виробництва, що є критично важливим для конкурентоспроможності за умов динамічності бізнес-сектору.

Ключові слова: *операційний менеджмент, конкурентоспроможність, продукція, ефективність.*

Підприємства, які прагнуть до високої конкурентоспроможності, повинні ретельно продумувати свою операційну стратегію. З одного боку, їм потрібно шукати найбільш ефективні методи ведення операцій, щоб відповідати вимогам конкурентної боротьби. З іншого боку, операційна стратегія безпосередньо пов'язана з усіма аспектами бізнесу, тому її розробка потребує ретельного дослідження та аналізу.

Операційний менеджмент – галузь науки, що охоплює будь яку підприємницьку діяльність, пов'язану з переробкою продукції, інформації та роботи з клієнтами.

Операційна стратегія – це план, який визначає, використання наявних у неї засобів для реалізації своїх довгострокових цілей. Вона повинна бути синхронізована з загальною конкурентною стратегією компанії, і полягає в:

- правильному визначенні конкурентних вимог до виробництва;
- розробки плану, який гарантує достатність операційних можливостей для виконання плану стратегії [1].

Операційний менеджмент відіграє ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності продукції підприємств. Він допомагає їм оптимізувати виробничі процеси, знижувати витрати, покращувати якість продукції та швидко реагувати на мінливі потреби споживачів.

Ефективна операційна стратегія є важливим фактором конкурентоспроможності підприємства. Вона повинна бути ефективною та відповідати вимогам конкурентного середовища, адже вона безпосередньо впливає на інші аспекти бізнесу, тому її розробка потребує ретельного дослідження та аналізу.

Операційний процес – це система взаємопов'язаних процесів, які перетворюють продукцію на готовий виріб. Ці процеси можна поділити на три категорії: 1) основні - безпосередньо пов'язані з виготовленням продукції або наданням послуги, 2) допоміжні - забезпечують основні процеси необхідними ресурсами, 3) обслуговуючі - підтримують функціонування основних і допоміжних процесів. Підвищення ефективності операційного менеджменту та процесів може призвести до значних переваг для підприємства, таких як мінімізація витрат, підвищення якості продукції, збільшення прибутку та зростання конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність – це здатність об'єкта або суб'єкта переважити конкурента у певних умовах. Існує три групи об'єктів, які можна оцінювати з точки зору конкурентоспроможності:

- товари;
- підприємства (рентабельність, частка ринку, ефективність менеджменту, фінансове становище, репутація);

- регіони (інфраструктура, інноваційний потенціал).

Конкурентоспроможність продукції встановлюється споживачем на основі того, наскільки вона задовольняє його потреби. Маючи обмежені ресурси, споживач прагне максимізувати реалізацію своїх потреб. Також піддається оцінці споживача значимість підприємства на ринку: його досвід роботи, частку ринку, гарантії, яке воно пропонує, рівень довіри до нього з боку інших споживачів, а також якість його продукції.

Виробник оцінює конкурентоспроможність своєї продукції за сумою прибутку, який він може отримати, а також рентабельністю

Конкурентоспроможна організація на думку інвестора має бути рентабельною, мати стійке фінансове становище та чітку перспективу довгострокового розвитку. Його мета - не одиничні вигідні угоди, а значні обсяги продажів, що генерують прибуток, кращий за альтернативні інвестиції. Затребуваність товару гарантує стійкий попит, а рентабельність – прибутковість. Держава оцінює конкурентоспроможність продукції, ґрунтуючись на її затребуваності та якісній значущості. Якщо вітчизняний продукт має високий попит серед населення та відповідає його потребам, але при цьому його ціна вища, ніж у імпортних аналогів, держава може вжити заходів для його підтримки, такі як: субсидії, дотації, квоти, митні бар'єри.

Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства на ринку відображає його здатність вирізнятися серед конкурентів, задовольняти потреби споживачів і можливість реалізувати поставлені цілі. Це оцінюється не лише за рівнем ресурсів, але й за здатністю ефективно використовувати їх та адаптуватися до змін у господарському середовищі. Фактори, що визначають конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства на споживчому ринку: 1) ресурсний потенціал; 2) функціональна ефективність господарської системи.

Конкурентоспроможність зазвичай визначається наступними чинниками: споживчі властивості товарів, маркетингова підтримка, характеристика цільових ринків, поведінка споживачів, потенціал і ресурси підприємства тощо [2].

Стратегія якості ґрунтується на зосередженості на потребах клієнтів. Це ключовий критерій якості. Зосередженість означає, що управлінські рішення мають прийматися з урахуванням його впливу на задоволеність клієнтів.

Ефективний менеджмент якості неможливий без зосередженості на процесах. Організаційну діяльність розглядають як процес, де "вхід" (сировина, матеріали, інформація) перетворюється на "вихід" (продукт, результат, що задовольняє потреби). Якість кінцевої продукції залежить від якості кожного процесу та їх взаємозв'язку.

Зосередженість на процесах забезпечує прозорість та керованість виробничої діяльності та роботи з обслуговування клієнтів.

Якість продукції або послуги визначається сукупністю властивостей, які задовольняють потреби споживача. Контроль та оцінка якості, а також методи управління якістю продукції визначаються за допомогою стратегічного операційного менеджменту. Використання методів стратегічного операційного

менеджменту дає можливість організаціям стати лідерами у своїй сфері, зробити підприємство результативним та прибутковим. Оцінка органами управління підприємства змінних стратегічного характеру дозволяє розрахувати ймовірність досягнення результатів у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Шевченко Л.М., Коваленко Т.П. Операційний менеджмент: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 56-69.
2. Кравчук О.В., Луценко Л.П. Вплив операційного менеджменту на конкурентоспроможність підприємства. *Наукові записки Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. Т. 38. № 2. С. 83-89.

***Annotation:** The relevance of the study of operational management and its impact on the competitiveness of companies' products cannot be overestimated today. With increasing global competition and rapid changes in the market, businesses are facing challenges related to optimising production processes, reducing costs, improving product quality and responding quickly to changing consumer needs. Operations management plays a key role in meeting these challenges by managing resources, processes and production technologies, which is critical to competitiveness in a dynamic business sector.*

***Key words:** operational management, competitiveness, production, efficiency*

Науковий керівник: Кушнірук В.С.,

*канд. екон. наук, доцент
кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу,
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна*

УДК 330.34

СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Юзефович Карина Олексіївна,

*здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна*

***Анотація:** Стабільність та сталий розвиток економіки вимагають активної інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. Вирішення проблеми інвестиційного забезпечення інноваційних проєктів потребує обґрунтування теоретико-методичних підходів для збільшення притоку інвестицій. У цій статті досліджено сучасний стан інноваційного розвитку промислових підприємств України та визначено стратегії підвищення їх інноваційної активності.*