

Література:

1. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180 с. – Режим доступу : <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>.

Антош Н.В., аспірант кафедри економічної теорії
Херсонський державний університет

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Однією з головних причин сучасної низької конкурентоспроможності українських товарів та послуг є неспроможність вітчизняних підприємств відстоювати та розширювати частку ринку, просувати товари та задовольняти інтереси споживача у повній мірі. Складність управління конкурентоспроможністю підприємства полягає у тому, що немає достатньої кількості теоретичних і практичних методик досягнення та підтримки позицій конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність – це ключ до ринкового успіху товару і його виробника, тому вирішення проблеми конкурентоспроможності – найбільш складне завдання в діяльності будь-якого підприємства, що вимагає погодженої, цілеспрямованої роботи всіх підрозділів при лідируючій ролі служби маркетингу.

Кінцевою метою всієї роботи підприємства є випуск продукції, яка повністю відповідала б вимогам цільового ринку. Такий результат забезпечує комплексна система управління якістю і конкурентоспроможністю продукції на підприємстві, тому її розробка, впровадження та функціонування є основою для випуску високоякісної продукції на підприємстві. Проте, слід відзначити, що не можна відокремлювати якість від конкурентоспроможності продукції, адже вона є невід'ємною її складовою.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є відкритою системою, що складається з керівної та керованої систем, що тісно взаємодіють, оскільки є органічно взаємопов'язаними. Керівна система містить ті складові елементи, які забезпечують процес управління. До складу керованої системи входять такі елементи, які забезпечують безпосередній процес виробничої, господарської, комерційної та багато інших видів діяльності підприємства. Структуру основних елементів системи управління конкурентоспроможністю формують програмно-цільові комплексні блоки, які відображають конкретні організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи в їхньому взаємозв'язку і взаємозалежності, реалізація яких впливає на результат управлінських рішень у даній сфері діяльності.

До найважливіших з них віднесено: вибір стратегічних напрямків досягнення стратегії корпоративного менеджменту; комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю наукомісткої продукції; реформування системи управління персоналом та трудовою мотивацією; системний підхід до підвищення ефективності планування та диверсифікації виробництва; вдосконалення внутрішньої підприємницької системи аналізу та обліку, фінансового менеджменту на підприємстві. Кожний з блоків, у свою чергу, розглядають як систему, що охоплює різноманітні системотворчі компоненти. Всі блоки системи пов'язані один з одним і цим самим створюють визначену цілісність. Вони об'єднані єдиним принципом – кожний з них забезпечує вирішення проблеми підвищення конкурентних можливостей підприємства, зміцнення його позицій на ринку, забезпечення стійкого розвитку внаслідок створення і підтримки конкурентних переваг.

У сучасній теорії і практиці домінує ідея розглядати управління конкурентоспроможністю підприємства як взаємозалежний процес планування, організації, мотивації і контролю, потрібний для досягнення цілей організації. Управління конкурентоспроможністю можна також розглядати як сукупність зазначених елементів. Елементи управління конкурентоспроможністю підприємства такі: планування: розробки продукції, виробництва, збуту;

організація: оптимізація організаційної структури, забезпечення ресурсами, стимулювання збуту; мотивація: робітників підприємства, контрагентів; контроль: якості управлінських рішень, якості продукції, якості ресурсів, реалізації управлінських рішень, відстеження рівня конкурентоспроможності [3].

Основну роль у система управління конкурентоспроможністю підприємства відіграє управління конкурентоспроможністю продукції, яка формується на етапах виробництва, розроблення та реалізації продукції. Категорії конкурентоспроможності продукції та підприємства мають високий ступінь взаємозалежності. Водночас конкурентоспроможність продукції є окремою та незалежною категорією, оскільки вона більше пов'язана із успіхом продукції на ринках збуту, ніж із особливостями функціонування підприємства. Тобто, вирішальну роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства має відігравати управління конкурентоспроможністю саме його продукції.

В сучасних умовах господарювання, можливості підприємств з управлінням конкурентоспроможністю продукції, обмежені наявними в його розпорядженні трудовими ресурсами, фінансовими, часом й виробничими технологіями чи потужностями. Таким чином, можна сказати, що конкурентоспроможність підприємства в сучасних умовах господарювання визначається, перш за все, умінням максимально використовувати в своїх інтересах ринкову ситуацію, що склалася або може скластись на визначений проміжок часу, для збільшення виробництва, надання послуг, товарообігу та одержання максимального прибутку щодо підтримання та підвищення конкурентоспроможності з використанням обмеженого обсягу ресурсів.

Література:

1. Дікань В.Л. Управління конкурентоспроможністю корпорацій в Європі / В.Л. Дікань, В.І. Савчук. – К.: Вид-во "Знання", 2004. – 207 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: [учеб. пособие] / Р.А.Фатхутдинов: – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2007. – 640 с.

3. Мансуров Р.Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» / Р. Е. Мансуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2 (52). – С. 91-94.

Вязь І.С., студентка

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»,

Виноградова Т. І.,

старший викладач кафедри менеджменту організацій
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Готельний бізнес в Україні під впливом часу стає справжньою індустрією послуг. Готелі, призначені для тимчасового проживання осіб, все частіше перетворюються на туристичний повносервісний комплекс, у якому надаються безліч різних послуг.

Готель - це підприємство, яке надає громадянам комплекс послуг поза межами їх оселі, найважливішими серед яких є послуги розміщення та харчування. Однак, як зазначалося, сучасні готелі, що обслуговують туристів, практично стають повносервісними готелями. Крім обов'язкових послуг (розміщення, харчування), які іноді називають «основні послуги», вони надають цілий комплекс різних послуг, які називають «додаткові послуги», наприклад прання, надання послуг саун, перукарень, масажних кабінетів, конференцзалів, прокат автомобілів.

Свого часу поняття «готельне господарство» співвідносилось з господарською діяльністю, що полягала в наданні платних послуг розміщення в готелях. Згодом, із зростанням попиту на туристичні послуги й прагненням готелів до розширення комплексності обслуговування, послуги розміщення