

При правильному підході стратегічне планування є одним з важливих аспектів загального стратегічного управління, частиною теорії управління бізнесом.

Література:

1. Економіка і фінанси підприємства: Підручник / Н.М. Суліма, Л.М. Степасюк, О.В. Величко. – К.: «ЦП «КОМПРИНТ», 2016. – 329 с.
2. Петренко В.С. Факторний аналіз фінансової стійкості економічної безпеки спільних аграрних підприємств / В.С. Петренко // Економічний аналіз: зб. наук. пр. – Тернопіль: ВПЦ ТНЕУ «Економічна думка», 2017. – Т. 27. – № 4. – С. 255-260
3. Стратегический план развития предприятия и методика его составления [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tsyganok.ru/pubs/pub.asp?id=2290>.

Петренко В. С.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки фінансів і підприємництва
Херсонський державний університет

Карнаушенко А.С.

кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки та фінансів
Херсонський державний аграрний університет

м. Херсон, Україна

ВПЛИВ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СПІЛЬНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проблема якості та конкурентоспроможності продукції носить в сучасному ринку універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить багато що в економічному і соціальному

житті будь-якої країни, практично будь-якого споживача. Об'єктивний фактор, що пояснює багато глибинні причини наших економічних і соціальних труднощів, знижуються темпів економічного розвитку за останні десятиліття, з одного боку, і причини підвищення ефективності виробництва і рівня життя в розвинених країнах Заходу, з іншого, – це якість створюваної і продукції, що випускається.

Конкурентоспроможність і якість – концентроване вираження всієї сукупності можливостей країни, будь-якого виробника створювати, випускати і збувати товари і послуги. Якість – синтетичний показник, який відображає сукупний прояв багатьох чинників – від динаміки і рівня розвитку національної економіки до вміння організувати і керувати процесом формування якості на спільних аграрних підприємствах. Разом з тим світовий досвід показує, що саме в умовах відкритої ринкової економіки, немислимою без гострої конкуренції, проявляються фактори, які роблять якість умовою виживання товаровиробників, мірилом результативності їх господарської діяльності, економічного добробуту країни. Фактор конкуренції носить примусовий характер, змушуючи виробників під загрозою витіснення з ринку невпинно займатися системою якості у цілому конкурентоспроможністю своїх товарів, а ринок об'єктивно і суворо оцінює результати їх діяльності [1, с. 238]. В умовах розвиненого конкурентного ринку маркетинг стає ефективним засобом вирішення проблеми якості та конкурентоспроможності товарів, відчуваючи, в свою чергу, їх зворотний вплив, який розширює або знижує його можливості. Перехід до ринкової економіки відбувається в Україні з великими труднощами, що змушує по-новому поглянути на проблему якості виходячи з того, що вже сьогодні розвиненою конкурентний ринок диктує рівень і динаміку розвитку якості продукції, визначати конкурентоспроможність її виробників.

Конкурентоспроможність продукції – це можливість найбільш повно задовольняти потреби споживачів у певний момент часу. Конкурентоспроможність досягається поєднанням якості і ціни. Разом з тим, кількість продукції і її якість в сукупності визначають можливості задоволення потреб. Для кожного конкретного виду продукції важливо знати, наскільки взаємопов'язані ці показники, при поліпшенні яких властивостей продукції задоволення одних і тих же потреб досягається меншим її кількістю [2, с. 103].

Ступінь задоволення певних потреб, що залежать від рівня якості продукції та її кількості, що можна виразити формулою:

$$Q = nK,$$

де Q – кількісна міра задоволення потреб;

n – кількість продукції;

K – рівень якості продукції.

Якість продукції безпосередньо залежить від стану технологій і підготовки персоналу, тому рівень якості (K , грн.) дорівнює сумі показників підготовки техніки та технологій виробництва (зниження собівартості продукції за рахунок ресурсозберігаючої технології – T) і професіоналізму персоналу (зниження витрат на управління – Π), тобто

$$K = T + \Pi$$

отримуємо:

$$Q = n(T + \Pi)$$

Кількість продукції, потрібне для задоволення заданої потреби буде, в свою чергу, залежатиме від її якості.

—,

де – задана потреба.

Дана залежність дозволяє зробити наступний висновок: чим вище кість продукції, тим менше її потрібно зробити для задоволення заданої потреби. Однак обсяг потреб є величиною динамічною і нестійкою,

можливої до зміни під впливом різних факторів (зміни добробуту груп населення, зміна цін на продукцію, появи нових видів потреб і так далі). Відповідно до цього буде змінюватися попит.

При аналізі взаємозамінності кількості і якості необхідно оцінювати область, в якій кількість і якість взаємозамінні, а також визначати властивості продукції, її сорти, що дозволяють характеризувати взаємозамінність кількості і якості. В основу визначення категорії якості продукції повинна бути покладена її корисність. Корисність продукту проявляється при його споживанні. Досягнення переваги за рівнем якості продукції обов'язково вимагає переваги по кожному окремому показнику [3, с. 51].

У кожному виді продукції можна виділити показники, за якими покупець судить про якість продукції в першу чергу. Внаслідок цього для одних цілей продукт може бути хорошої якості, для інших – поганого.

Категорія корисності тісно пов'язана з категорією споживної вартості, і тому вони часто в економічній літературі ототожнюються. Носієм споживчої вартості є продукт, який наділяє її всіма своїми властивостями, але саме корисні властивості роблять її споживною вартістю. Споживча вартість передбачає корисність, визначає її граничну величину.

Ступінь використання потенційних можливостей споживчих вартостей залежить від умов споживання і характеризує корисність продукту. Більшість вітчизняних економістів розглядають корисність як реально існуючу категорію, що має велике значення для визначення структури суспільного виробництва.

Корисність завжди є суб'єктивною, визначаючись по-різному для різних споживачів навіть одного і того ж товару. Сутність споживчої вартості визначає здатність задовольняти потреби людини, суспільства,

але ця здатність проявляється в споживанні, від умов якого залежить ступінь використання її потенційних здібностей, тобто корисність.

Громадська корисність як економічна категорія не є незмінною, вона розвивається, змінюється. У кожній суспільно-економічній формації корисність продукту має свою специфічну форму.

У різних суспільно-економічних формаціях, є економічна форма корисності, і її роль в процесі виробництва і споживання. Споживча вартість лише взагалі свідчить про корисність продукту праці для членів суспільства, а міру, ступінь її корисності, в якій вона здатна задовольнити певну суспільну потребу характеризує її якість. Термін «якість» походить від латинського слова «qualitas», що означає «властивість», «якість» і не дає чіткого уявлення про те, яке властивість або якість є необхідною. Тому воно тлумачиться багатьма науками: філософією, товарознавством, правознавством, соціологією, економікою та іншими.

Якість продукції завжди розглядається в зв'язку з певними потребами, які визначаються умовами суспільного виробництва. Виробництво, споживання та потреби не віддільні один від одного. З розвитком суспільних потреб та науково-технічних можливостей змінюється значення тих чи інших природних властивостей продукції, які необхідно своєчасно враховувати і відображати в державних стандартах. Якість продукції повинна визначатися як комплексне поняття, в якому точно переплетені проблеми виробництва, заготовок і споживання, так як якість продуктів, професіоналізм працівників, визначається якістю, створеним в процесі виробництва і збереженим в процесі закупівлі продукції і доведення її до споживача. Якість продукції треба розуміти як сукупність споживчих властивостей, що задовольняють (що визначають) ступінь заданої конкретної потреби в фіксованих умовах споживання. Таке формулювання дозволяє враховувати не тільки споживчі властивості продукції, а й ступінь

задоволення конкретної потреби в певних умовах і відповідно конкурентоспроможність продукції спільних аграрних підприємств.

Література:

1. Viktoriia Petrenko, Alla Karnaushenko. JOINT ENTERPRISES IN FOREIGN TRADE. ACTIVITY OF UKRAINE. Baltic Journal of Economic Studies. 2017. Vol. 3, No. 5, p. 203-207.
2. Танклевська Н.С., Петренко В.С., Карнаушенко А.С. Економічна сутність та види криптовалюти у світі. Наук.- Виробничий Журнал «Бізнес навігатор». 2017. Вип. 4-2 (43). С.133-138
3. Карнаушенко А.С. Розвиток спільних аграрних підприємств України. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка: наук. Жур. 2017. Т. 22. Вип. 9 (62). С. 42- 46
4. Мармуль Л.О. Стратегічне позиціонування підприємств з іноземними інвестиціями в аграрній сфері економіки / Л.О. Мармуль, В.С. Петренко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2017. – № 4 (40). – С. 43-48
5. Карнаушенко А. С. Шляхи розвитку селенгу та лізингу у аграрних підприємствах України / А. С. Карнаушенко, В. С. Петренко // Вісник Одеського національного університету.- 2013.- Т. 18, Вип. 4/2.- С. 31-34.
6. Карнаушенко А. С. Розвиток фінансування інноваційної діяльності аграрних підприємств Херсонської області / А. С. Карнаушенко, В.С. Петренко // Вісник Одеського національного університету.- 2014.- Т. 19, Вип. 1/1.- С. 171-174.

Потюк В. М.

аспірант кафедри менеджменту
у виробничій сфері

*Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна*

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРЕШКОДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СВІЛОТЕХНІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виникнення кризових явищ в економічних системах різного рівня обумовлює необхідність та актуальність досліджень питань існування, функціонування, змін та розвитку економічних суб'єктів. Однією з передумов успішного виведення економіки України на високий економічний рівень є випереджаючий розвиток світлотехнічної галузі як основи високотехнологічного оновлення інших галузей виробництва. Для усіх підприємств галузі в контексті загальнодержавної стратегії важливим напрямком підвищення фінансової стійкості та економічної