

країн все ширше застосовують ефективний економічний інструмент – систему якості, яка відповідає визнаним міжнародним вимогам, що містяться у міжнародних та європейських стандартах з якості та сертифікації.

На наш погляд, на вітчизняних підприємствах слід використовувати концепцію загального управління якістю (total quality management, TQM) – це система, що передбачає всебічне цілеспрямоване і добре скоординоване застосування систем і методів управління якістю у всіх сферах діяльності від досліджень і розробок до після продажного обслуговування за участю керівництва і службовців всіх рівнів при раціональному використанні технічних можливостей.

**Телешевська С.М.**

викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

## **ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ЯК ПІДГРУНТЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Все більшу увагу виробники продуктів харчування приділяють забезпеченню населення високоякісними та екологічними продуктами. Професори Мельник та Хенс [1] відзначають, що велика кількість людей починає серйозно замислюватися про своє здоров'я та здоров'я своїх близьких, а тому уважно слідкують за якістю продуктів харчування, які споживають. З цієї причини екологічно чисті продукти користуються попитом, а саме така продукція і являється підґрунтям сталого розвитку хлібопекарських підприємств, виготовлення і реалізація якої впливає на конкурентоспроможність підприємств України.

Ситуація, щодо підвищення вимог до якості продуктів харчування, пов'язана з широким інформуванням суспільства про погіршення стану навколишньої середовища, що супроводжується збільшенням числа різних захворювань, зростанням смертності. Наприклад, загальна екологічна ситуація в Одеському регіоні характеризується як напружена, маюча тенденції до подальшого погіршення та загострення, в цілому в Україні картина подібна. Україна названа самою вимираючою країною в Європі. За даними ЦРУ за 2013 р., на 100 новонароджених українців припадає 165 померлих, а коефіцієнт смертності (кількість померлих на 1 тис. населення) – 15,75. Світову першість у нас відібрала Південна Африка, де показники ще сумніші. Причини такого положення нашої країни багато чисельні та різнопланові, та потребують детального аналізу та послідовного екологічного оздоровлення вказаної території. Висока концентрація населення, інфраструктури та господарства, незбалансована структура господарства з високою долею екологічно-небезпечних галузей та виробництв, з відсталими ресурсо- та енергоємними технологіями, слабкий розвиток очисних споруд, занедбані та деградуючі комунальні господарства міста та селищ. Відсутність хоча б трохи помітної та

ефективної еколого-економічної політики в країні, в регіонах, в містах, лише фрагментарна та суперечлива нормативно-правова база прородокористування, слабе та не ефективне законодавство щодо виробництва та реалізації продуктів харчування, тобто споживачі є незахищеними особами у цьому процесі.

За результатами нашого опитування 2011 р. жителів Одеської області, більше 83 % респондентів заклопотані проблемою здорового харчування, причому жінки у віці від 18 до 24 років та від 45 років і більше стовідсотково відповіли, що приділяють велику увагу вказаній проблемі. Більше 93 % наших респондентів згодні купувати екологічно чисту продукцію. 90 % повідомили, що готові більше платити за екологічно чисті товари. На питання, що вини розуміють під екологічно чистим продуктом, більшість респондентів відповіло: відсутність шкідливих домішок та добавок (57 %), використанні натуральної сировини (43 %).

Готові купувати «здорові продукти» в подальшому можуть втратити інтерес до даної категорії через те, що споживачі екологічно чистої продукції хочуть бути абсолютно впевненими, що вони купують дійсно екологічно чисту продукцію, що їх не обманюють.

Найбільш вагомими факторами, що впливають на перевагу споживачів, являються: відповідність продукції стандартам екологічно чистої продукції - 43 % опитаних; рівень ціни – 12 % опитаних; користь товару – 30 % опитаних; репутація торгівельної марки – 13 % опитаних; легкість здійснення покупки – 1 % опитаних; реклама – 1 % опитаних.

На питання: чи згодні ви купувати екологічно чисту продукцію, не один із респондентів не відмовився від купівлі екологічно чистої продукції.

Оскільки, хліб є основним продуктом в раціону більшості населення. Висока соціальна значущість хлібобулочної продукції зумовлена потребою організму людини в корисних речовинах, вони є незамінними продуктами, які необхідні людині для харчування та нормальної життєдіяльності.

Наприклад, додавання до рецептури булочних виробів порошоків дикорослих лікарських рослин поліпшує їхній хімічний склад, позитивно впливає на енергетичну цінність продукту. Так, маркетингові служби підприємств зазначають, що хліб з шипшиною користується значним попитом. Завдяки саме привабливому зовнішньому вигляду, приємному смаку, тривалій свіжості та профілактичній спрямованості [2, с.29]. Проте нажаль, акціонерні товариства не зацікавлені виробляти вироби лікувально-оздоровчого призначення, оскільки існують ряд проблем, які гальмують сталий розвиток підприємств хлібопекарської галузі в Україні: дефіцит якісного зерна на ринку, зниження якісних і смакових властивостей хліба, зростання його ціни, що в подальшому призводить на зростання ціни на кінцевий продукт [3, с.5].

Досягнення сталого розвитку хлібопекарськими підприємствами України є важливим та довгим процесом для переважної більшості підприємств, що постійно працювали за старою системою та додержувались правила, яке виражалось у максимізації прибутку, проте на сьогоднішньому етапі хлібобулочним підприємствам аби бути конкурентоздатними на ринку слід

переглянути та змінити свою політику, приділяючи велику увагу якості основної та допоміжної сировини, що використовується при виробництві хлібопродуктів.

### Література

1. Социально-экономический потенциал устойчивого развития / Л. Г. Мельник, Л. Хенс. – 2-е изд., стер. – Сумы : ИТД «Университетская книга». – 2008. – 1120 с.
2. Хліб наш насущний // Харчова і переробна промисловість. – 2005. – № 6. – С. 4-5.
3. Приємний смак, тривала свіжість // Харчова і переробна промисловість. – 2007. – № 3. – С. 29.

**Цуркан С.М.**

викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

### **ІНТЕГРАЛЬНИЙ ПОКАЗНИК ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА ПОКАЗНИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Проведене дослідження наукової літератури виявило наявність безлічі методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, що базуються на різних концептуальних засадах. Нами було виявлено, що більшість методів оцінки конкурентоспроможності підприємства засновані на конкурентоспроможності продукції підприємства [1, с.12], [2, с.7-9], [3, с.14].

На думку Н.Б. Бідник, «Конкурентоспроможність підприємства досягається при виробництві, продажу конкурентоспроможної продукції конкурентоспроможним персоналом з використанням конкурентоспроможного обладнання і за допомогою ефективних маркетингових заходів. Конкурентоспроможним також є підприємство, яке займає вагому частку ринку і при цьому отримує вигоду та прибутки за свою діяльність» [4, с.5].

Ми погоджуємося з думкою Н.Б. Бідник, що між конкурентоспроможністю підприємства і виробленої продукції існує тісний взаємозв'язок: конкурентоспроможна продукція є необхідною, але недостатньою умовою конкурентоспроможності підприємства, тоді як конкурентоспроможне підприємство – це виробництво, яке випускає конкурентоспроможну продукцію.

Але, на нашу думку, конкурентоспроможність як продукції так і підприємства взагалі залежить від конкурентоспроможності персоналу підприємства, тому що саме персонал підприємства, використовуючи засоби виробництва, виготовляє продукцію та забезпечує конкурентоспроможність як продукції, так підприємства.