

виробництва – це самостійний виробничий чинник, потенційні можливості якого відкривають широкі перспективи для зміцнення конкурентоспроможності фірм.

Для створення інформаційної логістичної системи на рівні виробництва необхідно сформувати модель такої системи. Традиційно в практиці західних компаній пошук шляхів раціоналізації матеріально-технічного забезпечення обмежується в основному фізичним рівнем підприємства. Аналізуються ті, що мають відношення до ефективності, технічні засоби організації матеріального потоку і при необхідності робиться їх модернізація. Отримувана величина можливої економії, як правило, невелика, особливо для малих і середніх підприємств. Тут, наприклад, в основному застосовують незначну кількість транспортних засобів усередині і поза підприємствами, а наявні засоби складування реально удосконалити дуже важко. Один із виходів – застосування логістичного підходу до створення моделі, а потім і реальної системи організації інформаційного потоку на досліджуваному як єдине ціле підприємстві. Для цього потрібно достатній об'єм детальних даних, які можуть бути отримані тільки за допомогою інтегрованої інформаційної системи матеріально-технічного постачання.

Інформаційна система є істотним компонентом логістичної структури, що пов'язує її воедино зі службовцем для координації постачань, виробництва і збуту. Суть системи координації постачань полягає, по-перше, в розділенні фізичних потоків на незалежні періоди транспортування і складування, по-друге, в підготовці інформації про фазу і стан потоку в реальному масштабі часу. Інформаційна логістика добре укладається в рамки комп'ютерних технологій.

Інформаційні логістичні мережі розділені на рівні контролю процесів виробництва. На самому нижньому рівні – функціональному – за допомогою інструментальних засобів для збору і передачі даних забезпечуються базовою інформацією автономні підсистеми, що відповідають за виробництво, складування і перевезення. При цьому використовуються сенсорні і скануючі пристрої, що спеціально розробляються для цієї мети. На наступному рівні організовується контроль устаткування систем матеріально-технічного постачання і шляхом комбінування окремих елементів, що утворюють автономні підсистеми, досягається максимальна керованість елементів системи в цілому. На вищому рівні виробництва автономні підсистеми об'єднуються в усеосяжну інформаційну мережу (центральну систему управління). Тут менеджмент підприємства має справу з високорівневим плануванням і ухваленням рішень.

Формування інформаційної системи –

складний і багатоплановий процес, в якому використовуються досягнення сучасної інформаційної технології, новітні комп'ютерні системи, що робить можливим успішне керівництво виробничими процесами на основі застосування адекватної інформаційної техніки, методів і форм інформаційного забезпечення логістичної системи в цілому.

УДК 339.137.2

### КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

*Ревуцька Л.Є., к.е.н, доцент,  
Корольова Н.М., ст. викладач (УкрДАЗТ)*

Конкурентна перевага фірми як на внутрішньому, так і на світовому ринку багато в чому залежить від чинників, що сформувалися в країні базування фірми. Розглядаючи такі чинники, як наявність робочої сили, кількість природних ресурсів, протекціоністська політика уряду по відношенню до вітчизняних фірм, відмінності в практиці управління фірмами та ін. Жоден з них, узятий окремо, не дозволяє достатньо переконливо відповісти на питання, що ж саме визначає успіх або неуспіх фірми в конкуренції. Актуальність теми і потреби практики зумовили напрямок цього дослідження. Метою дослідження став аналіз чинників, які впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Конкурентоспроможність фірми забезпечується повнотою і ефективністю використання наявних в їх розпорядженні, а також, що набувають для майбутнього виробництва, усіх видів ресурсів.

Цей принцип справедливий як на рівні окремої фірми, так і на рівні економіки країни в цілому.

Конкурентоспроможність фірми може бути виявлена (оцінена) тільки в рамках групи фірм, що відносяться до однієї галузі, або фірм, що випускають товари (послуги), - субституту. Конкурентоспроможність можна виявити тільки порівнянням між собою цих фірм як в масштабі країни, так і - світового ринку.

Таким чином, конкурентоспроможність фірми - поняття відносне: одна і та ж фірма в рамках, наприклад, регіональної галузевої групи може бути визнана конкурентоздатною, а в рамках галузей світового ринку або його сегменту - ні.

Виявлені в результаті порівняння конкурентні переваги фірми в порівнянні з іншими фірмами, характеризують ступінь її конкурентоспроможності.

Якщо уважно проаналізувати склад

елементів стратегічного потенціалу фірми, можна прийти до висновку, що конкурентна перевага виникає за рахунок зниження витрат (економії ресурсів) і диференціації товару. Остання сприяє забезпеченню покупців більшою цінністю у вигляді нової якості товару, особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування.

Тобто конкурентна перевага будь-якого типу (зниження витрат або диференціація товару) забезпечується ефективнішим, ніж у конкурентів, використанням ресурсів. Фірма з низькими витратами отримує великий прибуток головним чином за рахунок ефектів масовості при виготовленні стандартних товарів. Фірма з диференційованою продукцією отримує більший, ніж конкуренти, прибуток за рахунок можливості встановити більш високі ціни на унікальну, таку, що відрізняється кращими споживчими властивостями, продукцію. Якій з конкурентних переваг у фірмі віддати перевагу? Це залежить від трьох основних чинників: структури стратегічного потенціалу; можливостей розширення ресурсів фірми; особливостей (структури) галузі і національної економіки в цілому.

Вплив на конкурентну перевагу фірми перших двох чинників виявляється, з одного боку, в тому, що не всі складові (елементи) стратегічного потенціалу рівнозначні по своїй дії на рівень конкурентної переваги. З іншого боку, нерівнозначність дії елементів стратегічного потенціалу обумовлена відмінностями в ступені забезпеченості кожного з них відповідними ресурсами.

Звідси витікає, що одним із засобів забезпечення конкурентоспроможності є раціональний розподіл обмежених ресурсів фірми між елементами стратегічного потенціалу. Тобто мова йде про те, що необхідно визначити, куди вигідно направляти ресурси, в розвиток яких «здібностей» фірми, щоб забезпечити високий рівень її конкурентної переваги.

На конкурентну перевагу фірми істотний вплив роблять особливості галузі, до якої відноситься фірма, а також умови, що складаються в національній економіці країни базування фірми. Цей вплив виявляється в тому, що національні особливості країн формують мікро- і макро-середовище, в якому доводиться функціонувати фірмам.

Національні особливості виявляються, перш за все, в наявності або відсутності тих або інших чинників виробництва. Так, наявність в національній економіці розвинених споріднених і підтримуючих галузей, тобто галузей, що забезпечують фірму необхідними матеріалами, напівфабрикатами, комплектуючими виробами, іншими матеріальними засобами і необхідними інформаційними об'єктами, є неодмінною умовою

створення і підтримки конкурентної переваги кожної окремої фірми в країні в порівнянні з фірмами інших країн.

Національні особливості країни можуть впливати на конкурентоспроможності фірм, шляхом проведення владою ефективної кредитно-грошової, податкової, митної політики. Крім того, діють різні стандарти, інструкції і нормативні акти, що впливають на поведінку виробників і покупців.

Таким чином, конкурентна стратегія фірми повинна враховувати вплив розглянутих чинників.

УДК 65.018

### ЕВОЛЮЦІЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

*Уткіна Ю. М., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)*

Управління якістю – скоординовані дії щодо спрямування і контролювання діяльності організації стосовно якості. При цьому під організацією розуміється група людей з певним розподілом відповідальності, повноважень і взаємвідносин, а також різноманітні засоби (приклад організації – підприємство, фірма тощо).

Фактори забезпечення якості до теперішнього часу розглядалися у сукупності, тому з метою управління якістю продукції ми пропонуємо поділити на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх факторів відносять: науково-технічний розвиток країни, екологічний стан зовнішнього середовища, діючий господарський механізм, систему управління якістю на підприємстві, економічне стимулювання діяльності підприємства, принципи ціноутворення, нормативно-правову та законодавчу базу в галузі забезпечення якості, вимоги споживачів, постачальників, конкуренцію на ринку та стан соціально-матеріального середовища споживачів.

Внутрішні фактори поділяються на: технічні, інформаційні, економічні, організаційні, нормативно-правові та соціально-економічні.

До технічних та технологічних факторів слід віднести: впровадження нової техніки, технології; використання нових матеріалів; використання якісної сировини.

До інформаційних – систему отримання, розповсюдження та використання інформації на підприємствах.

До економічних факторів слід віднести: витрати на випуск і реалізацію продукції; політику ціноутворення; систему стимулювання персоналу за виробництво високоякісної продукції.

До організаційних факторів належать: удосконалення організації виробництва і праці;