

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСОПРОДУКЦІЇ

О.О. Кутас

Національний університет харчових технологій

М'ясопереробна галузь України є стратегічно важливою у контексті забезпечення продовольчої безпеки країни. Основним завданням галузі є комплексна переробка худоби та птиці. М'ясні продукти є незамінними у раціоні людини, їх споживання впливає на здоров'я українців. На сьогодні забезпечення населення доступною і якісною продукцією тваринного походження, зокрема м'ясом, є пріоритетним завданням державної політики.

Стан м'ясної галузі, як і багато інших галузей харчової промисловості, наразі вимагає оновлення матеріально-технічної бази, модернізації виробництва шляхом впровадження інноваційних технологій, збільшення обсягів випуску конкурентоздатної продукції, залучення іноземних інвесторів, налагодження роботи на внутрішньому ринку і освоєння нових зовнішніх ринків збуту вітчизняної продукції.

Аналіз стану м'ясного підкомплексу України показує, що виробництво та переробка конкурентоспроможної м'ясної продукції перебуває на низькому рівні. Необхідність стабілізації й розвитку м'ясної промисловості, насиченість ринку вітчизняними та імпортними товарами, підвищення вимог споживача до якості і безпеки м'ясної продукції посилюють конкуренцію на ринку. Це потребує формування стратегії, спрямованої на досягнення конкурентних переваг. Створення конкурентних переваг є метою стратегічного управління та визначальним фактором підвищення конкурентоспроможності підприємства. Для цього підприємствам необхідні ефективні інструменти стратегічного управління [2].

Ефективність діяльності на ринку м'яса і м'ясопродукції значною мірою залежить від підприємств, що займаються виробництвом, переробкою та

реалізацією даної продукції, їх конкурентними перевагами на ринку. Через ряд економічних, фінансових і технологічних причин сьогодні м'ясопереробні підприємства зазнають труднощів при формуванні конкурентних переваг.

До ключових факторів успіху (конкурентних переваг) належить сукупність чинників ринкової та ресурсної орієнтації, які можуть вплинути на формування довгострокової конкурентоспроможності фірми і, відповідно, на її стратегічний успіх [3]. Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, організаційній, технічній сферах діяльності, який можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, вища рентабельність, ринкова частка, обсяг продажів).

Розвиток ринку м'яса та м'ясопродукції переходить у нову стадію, коли конкуренція між виробниками загострюється. Їм потрібно докладати все більше зусиль, щоб завоювати та утримати частку ринку і прихильність покупців. Тому кожному підприємству потрібно об'єктивно оцінювати ринкову ситуацію, що дозволить вірно визначити ефективні напрями формування конкурентних переваг.

Головним чинником впливу на ефективність діяльності підприємств з переробки м'яса є розвиток сировинної бази – стан тваринництва і виробництва кормів. Але ресурси м'яса та м'ясопродуктів формуються як за рахунок вітчизняного виробництва, так і за рахунок імпорту, з яким українські виробники м'яса не завжди в змозі конкурувати.

Вітчизняні виробники м'ясної продукції повинні розуміти та враховувати важливість ціни їхнього товару для населення і шукати можливості повною мірою задовольнити потреби споживачів. Невеликі сільськогосподарські підприємства, що переробляють власну тваринницьку сировину, мають можливість конкурувати зі спеціалізованими підприємствами за рахунок нижчого рівня цін на готову продукцію [1].

Переробні підприємства, що піклуються про власний імідж, повинні приділяти увагу безпеці продукції, яка є обов'язковою вимогою та повинна регламентуватися технічними регламентами. Україна повинна прийняти

зобов'язання по впровадженню міжнародних стандартів якості, ветеринарних правил та норм. Для забезпечення конкурентних переваг підприємствам, що виробляють м'ясну продукцію, її якість та безпеку необхідно підтверджувати документами про проходження обов'язкової сертифікації. Споживачам необхідно надавати повну характеристику споживчих властивостей продукції, підкреслювати її безпеку та корисність для споживання.

Для успішної реалізації корисної та безпечної м'ясопродукції переробним підприємствам варто організовувати роботу фірмових магазинів, що мають ряд переваг, а не лише користуватися послугами фірм-посередників.

Сьогодні ринок м'яса та м'ясопродукції насичений схожими за ціною та якістю пропозиціями, що змушує виробників переглядати принципи успішної конкуренції та акцентувати увагу на випуску інноваційних видів продукції. Тому дуже актуальним для підприємств наразі є впровадження у виробництво високотехнологічного обладнання та передових технологій, що підвищують якість продукції. У цьому сенсі важливим є вибір підприємств щодо можливості використання у виробництві м'ясопродукції соєвих продуктів.

Отже, до основних напрямів формування конкурентних переваг та підвищення конкурентоспроможності виробництва і переробки м'яса та продукції з нього можна віднести цілеспрямовану племінну роботу та організацію відтворення відгодівельного стада, підвищення безпеки та якості продукції, збільшення продуктивності, вдосконалення політики ціноутворення, освоєння інновацій та формування взаємовигідних об'єднань виробників та переробників м'яса.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Рудич О.О. Основні напрями формування конкурентних переваг на ринку м'яса і м'ясної продукції // Науковий вісник НУБіП України. – 2010. – № 154. – С. 281-287.

2. Седікова І.О. Формування конкурентних переваг підприємств м'ясної промисловості / І.О. Седікова, А.В. Мочалова // Економіка харчової промисловості. – 2011. – № 2. – С. 61-64.

3. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст]: навч. посібник / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.