

ОСНОВНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Л.М. Минко

Національний університет харчових технологій

До початку світової фінансової кризи харчова промисловість України представляла собою найбільш динамічно зростаючу галузь української економіки. Спостерігалось як нарощування обсягів виробництва продуктів харчування, так і збільшення кількості асортиментних позицій і поліпшення їхніх якісних показників. Всьому цьому, безумовно сприяв ріст економіки країни в цілому, а також залучення в харчову галузь іноземних і місцевих інвестицій, досвіду закордонних технологій виробництва продуктів харчування й застосування сучасних високотехнологічних інгредієнтів.

Варто також відзначити, що вплив західних технологій та ринків внесли зміни в раціон харчування українців. За останній час збільшилося споживання збагачених продуктів, охолоджених і заморожених напівфабрикатів і готових блюд, питних йогуртів і інших молочних інноваційних продуктів, готових безалкогольних і алкогольних напоїв.

Взагалі харчова промисловість є однією із тих що динамічно розвивається в світовій індустрії. Але сучасне життя зі зростаючим ступенем ризиків ставить перед харчовою промисловістю завдання нового рівня, що робить виробництво продуктів харчування та напоїв складнішим і дорожчим. Найбільш складним завданням та одночасно запорукою успіху підприємства в даній сфері стає здатність швидко та ефективно задовольнити вимоги споживачів створивши конкурентоспроможну продукцію.

Для кожної підгалузі харчової промисловості є свої певні конкурентні переваги, але більшість науковців виділяють такі ключові фактори як конкурентоспроможність товару (продукції) та конкурентоспроможність підприємства.

При цьому під конкуретоспроможністю продукції мають на увазі її відповідність на певний момент вимогам цільових груп споживачів або ринку за технічними, екологічними, економічними та іншими найважливішими характеристиками. Усі показники, що характеризують той чи інший продукт відображають якісні і кількісні, об'єктивні та суб'єктивні параметри, що визначає рівень конкуретоспроможності цього продукту.

Розглядаючи конкуретоспроможність підприємства проводять аналіз його позицій відносно інших підприємств–конкурентів, а також окремих складових діяльності: технології виробництва, ресурси, менеджмент, навичок і знань персоналу. Рівень зазначених параметрів відображається на результатах діяльності підприємства: прибутку, продуктивності, якості продукції та інших. Але в сучасних умовах зібрати всю необхідну інформацію про конкурента неможливо, тому доцільно визначитись з такими найважливішими напрямками як основні стратегічні цілі конкурентів, їх позиції на ринку, фінансові та технологічні можливості. Порівняння окремих параметрів функціонування та результатів діяльності підприємства з основними конкурентами дає змогу визначити слабкі та сильні сторони його діяльності, визначити певні стратегічні напрямки розвитку для посилення позитивних тенденцій та зменшення негативних.

В ринковій економіці конкуретоспроможність підприємства не є його постійною характеристикою, оскільки вона визначається змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах і є достатньо відносним поняттям та визначається на основі зіставлення певних характеристик підприємства з характеристиками підприємств-конкурентів. При цьому, треба мати на увазі, що організація може найбільше впливати на сукупність факторів внутрішнього середовища, які перебувають під безпосереднім контролем керівників та персоналу підприємства і майже не впливає на параметри зовнішнього середовища (політичні, економічні, соціально – демографічні, географічні і т. ін.)