

# **Оцінка факторів конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської промисловості**

**Литвинюк О.П.**

**Національний університет харчових технологій**

Конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості відображає їх гнучкість і адаптивність до постійних змін зовнішнього середовища, а також їх можливість ефективно використовувати наявні внутрішні резерви. В умовах якісних змін у світовій економіці, викликаних загостренням конкурентної боротьби на всіх її рівнях, інтенсивний розвиток, модернізація та ефективне управління підприємствами харчової промисловості стає запорукою високої конкурентоспроможності країни. Для забезпечення конкурентоспроможності харчових підприємств необхідно досліджувати фактори, які здійснюють на них значний вплив.

Під факторами конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості розуміють явища або процеси виробничо-господарської діяльності та зовнішнього середовища харчового підприємства, наявність яких необхідно і достатньо для зміни критеріїв її конкурентоспроможності (якість продукції, витрати на її виробництво, імідж фірми тощо), а отже і рівня конкурентоспроможності підприємства в цілому<sup>1</sup>. За своєю суттю, фактор конкурентоспроможності підприємства – це конкретна складова її маркетингового середовища, за якою вона перевершує конкуруючі підприємства.

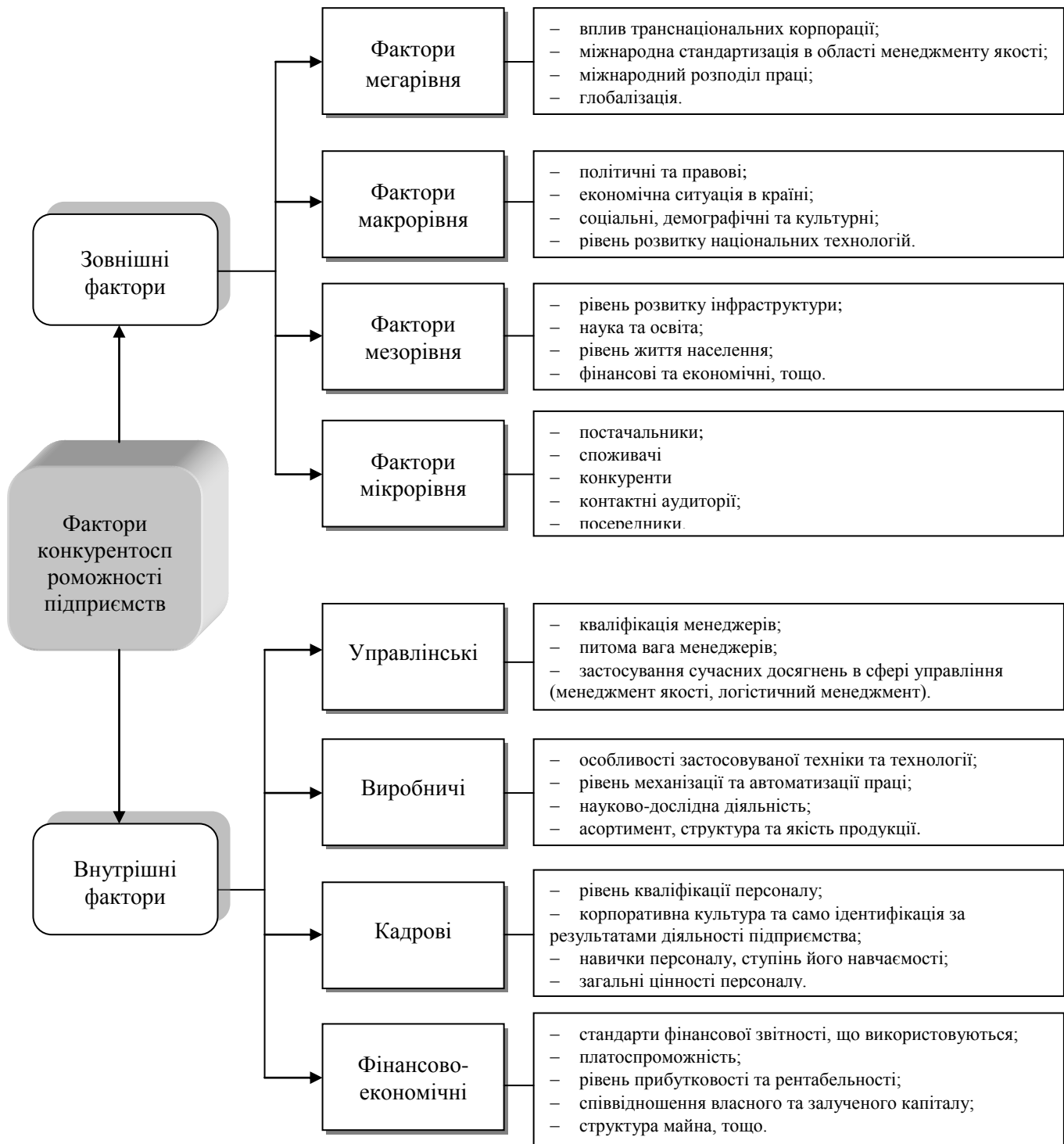
Очевидно, що в чистому вигляді використовувати перелік факторів, що визначають конкурентоспроможність підприємства різних дослідників для підприємств харчової промисловості не можливо в зв'язку з специфічністю цієї галузі. Проте одним з основних підходів, що можуть бути прийняті до розгляду,

---

<sup>1</sup> Кузьминич, Г. Г. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предпринимательских структур [Электронный ресурс] / Г. Г. Кузьминич. // Материалы Международной научно-практической конференции / Байкальский государственный университет экономики и права, – Иркутск, 2010. Режим доступа: <http://com-nauka.isea.ru/files/s1/37%20Кузьминич.pdf>

є підхід до групування факторів підвищення конкурентоспроможності підприємств в залежності від їх впливу на рушійні конкурентні сили, що визначають прибутковість галузі.

Узагальнюючи загальноприйняті підходи до виокремлення факторів, що визначають конкурентоспроможність харчових підприємств (рис. 1.).



**Рис. 1. Основні фактори, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості**

На конкурентоспроможність харчових підприємств впливає безліч факторів, причому як позитивних, так і негативних. Виявлення цих факторів, а також оцінка ступеню їх впливу на конкурентоспроможність підприємств дозволить визначити наявні резерви і сформувати основні напрями підвищення конкурентоспроможності.

З метою визначення сукупності факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, нами проведено дослідження на ринку хлібопекарської промисловості, перший етап якого був направлений на виявлення цих факторів і їх класифікацію.

На сьогоднішній день чіткої класифікації чинників конкурентоспроможності харчових підприємств не існує. Пропонується ділити фактори на внутрішні і зовнішні. До внутрішніх відносять об'єктивні обставини, які визначають можливості підприємства забезпечувати власну конкурентоспроможність, до зовнішніх соціально-економічні та організаційні умови, що дозволяють підприємству створити продукцію, яка за ціновими і неціновими характеристиками більш приваблива.

Наукова методологія формування конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі передбачає систематизацію передумов її досягнення, це: наявність ресурсного забезпечення (людські, сировинні, фінансові ресурси), співвідношення попиту і пропозиції на асортимент хліба та хлібобулочних виробів, дотримання пріоритетів у виробничо-господарській діяльності, передбачення форс-мажорних обставин та факторів зміни ринкового середовища: суб'єктивних, регулюючих і постійних, які так чи інакше мають вплив на посилення чи послаблення конкурентних переваг. В загальному вигляді передумови визначають фактори формування конкурентоспроможного хлібопекарського виробництва, які в свою чергу поділяються на фактори макрорівня (економічні, організаційні та правові, матеріально-технічні (сировинні) та географічні, науково-технічні (інноваційні), технологічні, демографічні, соціальні та соціально-культурні); фактори мезорівня (конкурентоспроможність галузі і регіону, розвиток галузевої і регіональної

інфраструктури, наявність природних ресурсів, бар'єри розвитку соціально-економічного характеру, рівень “бар'єрів виходу” з галузі, рівень “бар'єрів входу” в галузь); фактори мікрорівня, серед яких необхідно відзначити такі, як поява нових конкурентів та поведінка існуючих, поведінка постачальників, поведінка покупців, наявність товарів заміників, регіональне управління, інформаційне та кадрове забезпечення.

На основі аналізу економічної літератури та даних експрес-опитування експертів в хлібопекарській галузі була розроблена наступна класифікація факторів конкурентоспроможності хлібопекарських підприємств.

#### I. Внутрішні чинники.

##### 1. Сировинні ресурси підприємства:

- наявність обмеженості якісних сировинних ресурсів підприємства;
- вид ресурсу, вартість і доступність ресурсу;
- ринкова частка підприємства як виробничої одиниці.

##### 2. Фінансово-економічний стан підприємства:

- розмір прибутку;
- обсяг товарної харчової продукції в тоннах і гривнях;
- величина власних оборотних коштів підприємства;
- обсяг переробленої сировини в тоннах і гривнях;
- коефіцієнт фінансової стійкості.

##### 3. Виробничий потенціал підприємства:

- оптимальна кількість і вид технологічних, їх вік;
- наявність власних переробних виробництв;
- ступінь використання виробничих потужностей;
- ступінь зносу ОВФ;
- структура і вартість ОВФ;
- коефіцієнт вибуття і оновлення ОВФ.

##### 4. Кадровий потенціал підприємства:

- структура і кваліфікація кадрів;

- чисельність персоналу.

#### 5. Маркетинговий потенціал підприємства:

- наявність маркетингової служби;
- наявність інформаційної та нормативно-методичної бази управління;
- імідж підприємства;
- збутові можливості розширення географічних меж ринку;
- наявність розгалуженої системи збуту;
- якість продукції.

#### 6. Інвестиційний потенціал підприємства:

- можливість вигідного залучення зовнішніх фінансових ресурсів;
- величина внутрішніх джерел фінансування (нерозподілений прибуток і амортизаційні відрахування).

#### 7. Науково-інноваційний потенціал:

- чисельність науково-виробничого персоналу на підприємстві;
- витрати на дослідження, розробки та технологічні інновації;
- наявність співробітництва з науковими підрозділами.

#### 8. Територіально-географічне положення підприємства:

- доступ до сировинних ресурсів;
- доступ до транспортних мереж.

### II. Зовнішні фактори.

#### 1. Правове регулювання функціонування економіки країни:

- правова система державного управління у сфері виробництва та реалізації хлібобулочних виробів (державне регулювання ціноутворення соціальних сортів хліба);
- ліцензування;
- патентування;
- сертифікація;

– підтримка державою вітчизняних підприємств хлібопекарської промисловості.

## 2. Інфраструктура ринку хлібобулочної продукції:

- виробництво послуг зв'язку і транспорту;
- чисельність кредитних і страхових установ;
- наявність великої кількості дистриб'юторів;
- наявність сервісу по обслуговуванню основних засобів.

## 3. Умови попиту на внутрішньому і зовнішньому ринках:

- рівень конкуренції в галузі;
- тип і ємність окремих ринків збуту;
- бар'єри на внутрішніх і зовнішніх ринках;
- середньодушове споживання хлібобулочної продукції;
- частка хлібобулочної продукції в структурі споживчих витрат населення на придбання продуктів харчування.

- наявність і функціонування роздрібної торгівлі.

## 4. Трудові ресурси хлібопекарської галузі:

– середньооблікова чисельність працівників хлібопекарської промисловості;

– питома вага працівників хлібопекарської галузі в загальній чисельності зайнятих у промисловості країни;

– кількість фахівців-випускників вищих та середніх навчальних закладів відповідного профілю.

Визначення ступеня впливу вищенаведених факторів на конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської промисловості пов'язане з рядом методичних проблем оцінки, обробки та інтерпретації інформації.

Результати першого етапу дослідження дозволили нам прийняти гіпотезу, згідно з якою фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, описуються і вимірюються сукупністю статистичних (кількісних) та експертних (якісних) показників.



За даними табл. 1 очевидним стає, що сировинні ресурси та умови попиту на ринку є найбільш впливовими факторами, що визначають конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської галузі. Тому при плануванні своєї господарської діяльності підприємствам слід звертати увагу на попит, що склався на ринку хлібобулочних виробів та доступність ресурсів на ринку.

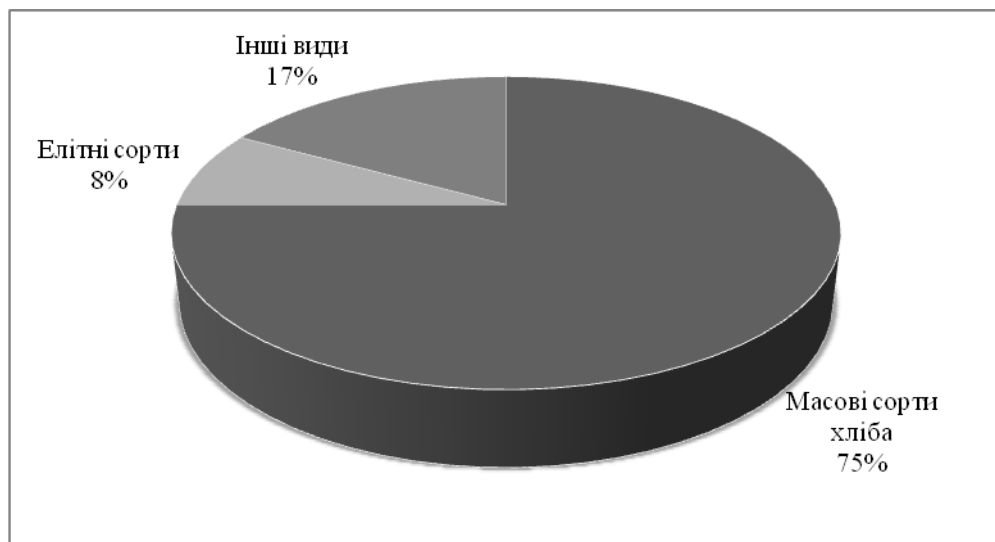
Особливості розвитку хлібопекарської промисловості України значною мірою залежить, з одного боку, від природної потреби населення у споживанні відповідної продукції, з іншого від існуючих умов господарювання, а також наскільки є ефективною система економічних методів, що використовуються при управлінні підприємствами. На основі даних Держкомстату України у 2012 році вітчизняна харчова промисловість виробила продукції на 181927,8 млрд.грн, з яких питома вага хлібопекарської продукції склала 5371,3 млрд.грн, що становить 10% від загального обсягу, це свідчить про те, що сьогодні вона на сьогодні вона займає не останнє місце в АПК України.

У 2012 році в Україні, згідно зі статистикою, вироблено 1,60 млн. тонн хліба або 38,8 кг хліба на душу населення. Ця цифра не відображає реального споживання хліба населенням України і говорить про високу тінізації хлібного ринку України.

За 2012 рік виробництво хліба на 1 особу склало лише 46,1 кілограм, що менше 50 відсотків від норми споживання (101 кг), затвердженої Постановою Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2000 року N 656 "Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення".

При цьому слід врахувати, що значна частина хліба та хлібобулочних виробів виробляється малими підприємствами, які працюють на єдиному фіксованому податку та не звітують перед статистичними органами за кількість виробленої продукції. У сільській місцевості значна частина населення випікає хліб в домашніх умовах. Крім того, модною тенденцією стало випікання хліба в родинних міських мешканців.

Дані тенденції свідчать про те, що підприємства хлібопекарської промисловості вимушені працювати в умовах попиту, що постійно зменшується, а оскільки цей фактор є одним з визначальних у формуванні конкурентоспроможності даних підприємств, тому існують лише наступні способи підвищити рівень конкурентоспроможності на українському ринку хлібобулочних виробів. Тому варто звернути увагу, на те що структура ринку хліба характеризується наступними показниками хліб пшеничний (44,8% в 2010 році), хліб із суміші житнього й пшеничного борошна – 29,36%, що стосується структури виробництва за цінними категоріями близько 75% припадає на масові сорти хліба, інше - це елітні сорти (8%), у тому числі хліб групи «здоров'я» (3%), а також інші види хліба й хлібобулочних виробів (17%).



**Рис. 2. Товарна структура ринку хлібобулочної продукції<sup>2</sup>**

Хліб в упакованні — ще один сегмент ринку хлібобулочних виробів (15% всього ринку). При чому сегмент елітного хліба має тенденцію до зростання, що слід враховувати виробникам хлібобулочної продукції при плануванні асортиментної програми, оскільки її правильне формування дасть змогу утримати або навіть розширити свої конкурентні позиції на відповідному ринку. Крім того слід звернути увагу на якісні показники, оскільки як показують дослідження, платоспроможний попит згоден сплачувати додаткові кошти за високу якість та споживчі характеристики продукції.

<sup>2</sup> <http://www.bred-expo.kiev.ua/novosti/>

Основною проблемою, що виникає на ринку соціальної хлібобулочної продукції, є небажання основного прошарку населення купувати якісну продукцію або продукцію з певними властивостями за більш високою ціною, населення звикло до низької ціни хлібобулочної продукції незважаючи на її якість.

Тому з підвищенням купівельної спроможності та розширенням потреб споживачів хлібопекарські підприємства зможуть застосовувати результати розробок, які були проведені стосовно можливості виробництва функціональної та оздоровчої хлібобулочної продукції, а також до продукції з різноманітними добавками, також слід звернути увагу на технології, що дають змогу збільшувати тривалість зберігання готової продукції зі збереженням високої якості її споживчих властивостей.

Отже зрозуміло, що для підвищення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської промисловості необхідно вирішити ряд задач по розширенню асортиментної лінійки та вдосконаленню виробничої діяльності з підвищенням якісних показників готової продукції.