

## 8. Формування конкурентних переваг підприємств молочної промисловості

**Наталія Слободян**

*Національний університет харчових технологій*

**Вступ.:** Формування конкурентних переваг підприємствами є основою забезпечення їх стійкого конкурентного становища. Конкурентні переваги з'являються тоді, коли підприємство виконує необхідні дії з меншими витратами, аніж конкуренти, або виконує ці дії оригінальними способами, що створюють нецінову споживчу цінність. В сучасних умовах конкурентні переваги повинні бути значними з погляду умов конкуренції і відповідати ключовим факторам успіху; бути

стійкими в нестабільному ринковому середовищі і недоступними для легкого відтворення конкурентами [1, 2].

В даний час підприємства молочної промисловості змушені конкурувати не тільки із зарубіжними виробниками, що мають багатий досвід і фінансові ресурси, але і між собою. Тому проблема створення конкурентних переваг та підвищення конкурентоспроможності підприємства є досить актуальною на сьогодні.

**Матеріали і методи.:** Дослідження проводилося на основі офіційних статистичних даних, матеріалах вітчизняних та зарубіжних науковців. Використовувалися методиспостереження, абстрагування, порівняння, аналізу, логічного узагальнення.

**Результати.:** Конкурентні переваги створюються за допомогою політики підприємства, яка базується на таких прийомах: створення тиску для забезпечення інновацій; пошук найсильніших конкурентів для підвищення мотивації; створення системи попередження; ставлення до конкуренції всередині країни; глобалізація для використання вибраних конкурентних переваг в інших країнах; вибіркоче використання можливостей злиття; вибір країни базування для підсилення конкурентних переваг [2, 3]. Існує тільки одна можливість втримати досягнуті конкурентні переваги – їх необхідно постійно удосконалювати, рухаючись до складніших форм.

На підставі проведених досліджень варто зазначити, що формування та утримання конкурентних переваг підприємств молочної промисловості можливе за рахунок:

1. контролю безпеки та якості молока та молочної продукції на всіх стадіях технологічного ланцюга «виробництво – зберігання – переробка – реалізація молочної продукції (до моменту відпуску кінцевому споживачу);

2. впровадження на молокопереробних підприємствах систем менеджменту, що побудовані у відповідності із міжнародними стандартами, зокрема: ISO 9000 (система управління якістю); ISO 14000 (екологічний менеджмент); ISO 22000 (НАССР) та застосування геронтологічного підходу у виробництві, що забезпечують довіру споживачів і, відповідно, підвищення конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку; впровадження інноваційних технологій та технологічних розробок;

3. розвитку інтеграційних процесів між виробниками сировини, переробними та інфраструктурними підприємствами, науково-дослідними установами, навчальними закладами, представниками владних структур;

4. забезпечення високого рівня кваліфікації кадрів; чіткого дотримання співвідношення «ціна – якість» молочної продукції; пошуку нових сегментів ринку та задоволення визначеної сукупності споживачів (зокрема, врахування потреб споживачів так званої «живої продукції» – наприклад, сметани зі строком зберігання три доби, кефіру на живих грибах) тощо.

**Висновки.:**Отже, для забезпечення стійких конкурентних позицій вітчизняним підприємствам молочної промисловості необхідно пам'ятати, що сучасна парадигма конкурентних переваг полягає у тому, що вони не є статичними, вони змінюються під впливом інноваційного процесу (змінюються технології виробництва, методи управління, способи доставки і збуту продукції та ін.). Спроможність підвищення конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості обумовлюється рівнем врахування внутрішніх та зовнішніх чинників формування та утримання конкурентних переваг і розробкою заходів щодо їх впровадження в процесі стратегічного планування.

## Література

1. Ковтун, О. І. Стратегія підприємства : підруч. / О. І. Ковтун. – Львів : Новий Світ-2000, 2009. – 680 с.
2. Коневская И. В. Методы достижения предприятием конкурентных преимуществ на мировом рынке // лектроній ресурс [www.rusnauka.com](http://www.rusnauka.com)
3. Ніколаєва А. М. Стратегія конкурентних переваг у системі стратегічного управління підприємством / А. М. Ніколаєва // Економічні науки. Серія „Економіка та менеджмент”. Ч. 2 : зб. наук. праць. – Луцьк : РВВ ЛДТУ, 2011. - Вип. 3 (10). - С. 127-136.