

ОСНОВНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Литвинюк О.П. ст. викл.

Національний університет харчових технологій

Досліджено основні "поняття конкурентоспроможності підприємства". Встановлено та обґрунтовано чинники впливу на конкурентоспроможність підприємства. Проведена класифікація чинників впливу за основними ознаками. Систематизовано чинники впливу на конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської галузі.

Ключові слова: чинник, конкурентоспроможність, хлібопекарська галузь.

Литвинюк О.П. ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛЕБОПЕКАРСКОЙ ОТРАСЛИ / Национальный университет пищевых технологий, Украина

Исследовано основные "понятия конкурентоспособности предприятия". Установлено и обосновано факторы влияния на конкурентоспособность предприятия. Проведена классификация факторов влияния по основным признакам. Систематизированы факторы влияния на конкурентоспособность предприятий хлебопекарской отрасли.

Ключевые слова: фактор, конкурентоспособность, хлебопекарская отрасль.

Litvinyuk O.P. BASIC FACTORS OF INFLUENCE ON COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES OF KHLIBOPEKARSKOY INDUSTRY / National University of Food Technologies, Ukraine

Investigational basic "concepts of competitiveness of enterprise". The factors of influence on the competitiveness of enterprise are set and grounded. The conducted classification of factors of influence is on basic signs. The factors of influence on the competitiveness of enterprises of khlibopekarskoy industry are systematized.

Key words: factor, competitiveness, khlibopekarska industry.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Підвищення конкурентоспроможності підприємств є однією зі стратегічних задач забезпечення розвитку економіки України на сучасному етапі. Питання конкурентоспроможності вимагають більш детального вивчення, оскільки невирішеними залишаються проблеми вибору універсального інтегрального показника і набору чинників конкурентоспроможності підприємства.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичні основи конкуренції, її форми, конкурентне середовище, чинники, а також проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств широко висвітлені в працях багатьох вітчизняних і закордонних учених. Еволюцію концепцій конкурентоспроможності та визначення її чинників досліджував у своїх працях Б. Є. Кваснюк [1]. Окремим аспектам конкуренції та конкурентоспроможності присвячені праці російського вченого Р. Фатхутдінова [2], основні поняття конкурентоспроможності відображені також в економічній енциклопедії [3]. Характері особливості та окремі риси чинників впливу на підприємство визначали Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. [4]. Дослідженням класифікаційних чинників конкурентоспроможності підприємств займалися такі автори, як Гальчинський А. С., Геєць В. М., Бабенко С. Г. [5], Антонюк Г. Я. [6], Мадрига Г. [7], Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Вакуленко А. В. [8], А. Олів'є, А. Дайан, Р. Урсе, [9]. Незважаючи на всебічне висвітлення проблеми конкурентоспроможності у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі, потребують обґрунтування теоретичні підходи до особливостей чинників впливу та засад зміцнення конкурентоспроможності підприємств, оскільки розвиток ринкового середовища здійснюється під впливом зміни чинників внутрішнього та зовнішнього середовищ, умов господарювання товаровиробників, яке потребує проведення подальших досліджень щодо систематизації чинників, які забезпечують конкурентоспроможність підприємств. Отже, міра дослідження чинників впливу на конкурентоспроможність економіки завжди є актуальною.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Обґрунтування чинників впливу на конкурентоспроможність підприємств та визначення особливостей їх прояву в сучасних умовах господарювання з метою розробки заходів щодо нейтралізації та уникнення їх негативного впливу, а також посилення конкурентоспроможності підприємств.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Перші спроби формування системи порівняльних оцінок конкурентоспроможності та визначення її чинників

відносять до другої половини 80-х років [1]. З тих часів відбулася певна еволюція концепції конкурентоспроможності.

Під конкурентоспроможністю підприємства, на думку Р.А. Фатхутдинов, слід розуміти властивість об'єкта, яка характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку [2].

Конкурентоспроможність підприємства визначають також як порівняльну перевагу даного підприємства по відношенню до інших підприємств усередині країни і за її межами [3].

Вивчення наукових праць дозволило встановити, що під конкурентоспроможністю підприємства розуміють рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у формуванні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу, інформатизації, маркетингу окремих підрозділів та підприємства у цілому, що знаходить вираження в таких результативних показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність праці тощо.

Залежно від об'єкту аналізу змінюються визначення поняття конкурентоспроможності, чинники, причини і наслідки.

Тому, перш ніж розглядати чинники конкурентоспроможності, визначимо, що означає термін “чинник” взагалі. Чинник – це рушійна сила або причина будь-якого процесу чи явища, що визначає його характер або окремі риси [4]. Звідси випливає, що чинниками конкурентоспроможності є ті чи інші причини та обставини, що частково впливають на рівень та характер конкурентоспроможності підприємства, або ж повністю визначають його.

При дослідженні конкурентоспроможності підприємств слід врахувати наявність великої кількості чинників, які сприяють ефективності функціонування підприємства чи послаблюють її. Науковці виділяють величезну кількість чинників, які впливають на процес формування конкурентоспроможності підприємства, що відрізняються за своєю природою, характером впливу. Дослідити всю сукупність чинників фактично не можливо, тому необхідно зосередити увагу на ті, які найбільш суттєво впливають на результативність підприємства.

Основні підходи до класифікації чинників конкурентоспроможності підприємства представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Основні підходи щодо класифікації чинників конкурентоспроможності підприємства.

№	Кваліфікаційна ознака	Класи чинників
1	За джерелами походження	Внутрішні Зовнішні
2	За природою	Науково-технічні Організаційно-економічні Соціально-психологічні Екологічні Політичні
3	За тривалістю дії	Постійні Тимчасові (сезонні) Епізодичні
4	За характером прояву	Циклічні Нециклічні
5	За характером впливу	Цілеспрямовані Випадкові
6	За напрямом впливу	Стимулюючі Змістовні
7	За можливістю регулювання	Регульовані Нерегульовані
8	За характером міжфакторного впливу	Незалежні Взаємозалежні
9	За внутрішньою структурою	Прості (елементарні) Комплексні
10	За характером виникнення	Первинні Виробничі
11	За ступенем корисності	Корисні Нейтральні Шкідливі Надмірні (дублюючі)
12	За ступенем забезпеченості конкурентоспроможності	Головні Основні Допоміжні

Варто зауважити, що розроблена класифікація чинників має відносний характер, так як одні і ті ж самі чинники в залежності від мети дослідження і відповідної класифікаційної ознаки можуть бути віднесені до різних класів.

З погляду системного підходу найбільшої уваги заслуговує класифікація чинників за джерелами їх походження. Відповідно до цього критерію усі чинники, що впливають, можуть бути класифіковані на два класи: внутрішні чинники і зовнішні [5]. Причому дослідженню підлягають, в першу чергу, внутрішні чинники формування та розвитку конкурентоспроможності підприємства, виокремлення яких найбільш доцільно здійснювати на основі таких ознак як: напрямок діяльності, види ресурсів, що використовуються підприємством у його діяльності, та функціональних підсистем менеджменту підприємства (табл. 2).

Таблиця 2 – Класифікаційні ознаки внутрішніх чинників щодо формування та розвитку конкурентоспроможності підприємства

Класифікаційна ознака	Клас чинників	Характеристика чинників
Залежно від напрямку діяльності підприємства	Операційна діяльність	Структура поточних витрат, рівень використання основних фондів, величина страхових запасів.
	Інвестиційна діяльність	Обсяг інвестиційних ресурсів, якість обґрунтування інвестиційних проєктів.
	Інноваційна діяльність	Якість інноваційних проєктів, швидкість генерації і ринкової реалізації нововведень, рівень їх науково-технологічної новизни, витрати на НДДКР.
	Маркетингова діяльність	Маркетингова стратегія підприємства, асортиментна політика.
	Фінансова діяльність	Фінансова стратегія підприємства, структура його активів та їх ліквідність, рівень фінансових ризиків.
Залежно від виду ресурсів, що використовуються підприємством	Техніко-технологічні ресурси	Стан та якість основних фондів, матеріальні ресурси, сировина, рівень матеріало-, фондо- та енергомісткості виробництва, технологічний рівень виробництва.
	Інтелектуальні ресурси	Якість та рівень кваліфікації управлінського, виконавчого та виробничого персоналу, плінність кадрів.
	Інформаційні ресурси	Стан інформаційного забезпечення підприємства, стратегічна та оперативна інформація.
	Фінансові ресурси	Рівень прибутковості підприємства, забезпечення власним капіталом, його мобільність, можливість отримання та обсяги позичкового капіталу.
	Товарні ресурси	Асортимент і обсяг товарних та страхових запасів.
	Організаційні ресурси	Стан організаційної структури управління, стиль та засоби управління, ефективність управлінських рішень.
	Просторові ресурси	Територіальні умови підприємства, інфраструктура регіону, рівень можливостей територіальної диверсифікації діяльності.
Залежно від функціонального спрямування менеджменту	Загальний менеджмент	Рівень відповідності сучасним вимогам загальних принципів управління підприємством, опанування сучасними методами аналізу, планування та прийняття рішень, використання стратегічного підходу.
	Операційний (виробничий) менеджмент	Оптимальність виробничої програми, рівень прибутковості окремих товарів, організація виробничого процесу, стан системи постачання.
	Фінансовий менеджмент	Управління формуванням та використанням окремих видів активів, рівень фінансового ризику, рівень фінансової взаємодії на ринках.
	Інвестиційний менеджмент	Відбір та реалізація ефективних інвестиційних проєктів, рівень збалансованості інвестиційних потреб та можливостей, рівень ліквідності інвестиційного портфелю підприємства.
	Інноваційний менеджмент	Інноваційна активність підприємства, якість і обґрунтування інноваційних проєктів, інноваційна інфраструктура регіону, технологічна позиція та технологічна стратегія підприємства.
	Маркетинговий менеджмент	Рівень товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики на ринках, дослідження стану, динаміки та прогнозування розвитку окремих сегментів ринку.

Розглянутий підхід до класифікації чинників дає можливість визначити, ефективність напрямку діяльності підприємства, а також залучення чи використання тих видів ресурсів, що зумовлюють зростання рівня конкурентоспроможності підприємства та надають можливість виявити чинники зміни рівня конкурентоспроможності підприємства, які залежать від діяльності фахівців відповідної функціональної служби апарату управління підприємством.

Пошук шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства неможливий без аналізу чинників зовнішнього середовища, оскільки вони визначають рівень ризику підприємницької діяльності [6].

Зазначимо, що інтенсивність прояву зовнішніх чинників не залежить від діяльності підприємства і зумовлюється станом зовнішнього середовища. Чинники зовнішнього середовища є неоднорідними за джерелами походження, оскільки виступають проявом систем різного рівня, і в свою чергу поділяються на три групи [7]:

1. Галузеві, які визначаються функціонуванням галузі як системи – механізми внутрішньогалузевого регулювання, методи та рівень внутрішньогалузевої конкуренції, стан попиту та ін.;
2. Макроекономічні, які відображають умови функціонування національних економік – загальногосподарська кон'юнктура, стан та динаміка платоспроможного попиту, механізми державного регулювання економіки, наявність та рівень розвитку ринкової інфраструктури та ін.);
3. Чинники світової економіки – кон'юнктура світових ринків, міжнародний розподіл праці, динаміка валютних курсів, міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі та ін.).

Отже очевидно, що значимість впливу окремих зовнішніх та внутрішніх чинників залежить від стану розвитку підприємства та від стадії життєвого циклу порівняльних переваг, якими володіє певне підприємство. Загалом, слід погодитися з думкою тих фахівців, які вважають, що для підприємств України зовнішні чинники формування конкурентоспроможності є також не менш вагомими, якщо не переважними.

За своєю природою усі чинники конкурентоспроможності підприємства поділяються на 5 класів [8].

До науково-технічного класу відносять чинники, що відображають стан і динаміку науково-технічного прогресу, рівень техніки і технології, продуктивність і надійність устаткування, гнучкість виробничих процесів.

Найбільш перспективною, з погляду регулювання на рівні підприємства, представляються організаційно-економічні чинники, оскільки заходи щодо мобілізації резервів конкурентоспроможності в цій сфері, як правило, не пов'язані зі значними капіталовкладеннями і можуть бути реалізовані у відносно короткому інтервалі часу. Так як організаційно-економічні чинники, що характеризують, з одного боку, стадію циклу розвитку економіки, загальногосподарську та галузеву кон'юнктуру, методи та механізми регулювання господарської діяльності на рівні держави, регіонів та галузей; з іншого боку, ці чинники характеризують структуру та ефективність системи управління підприємства, рівень організації його маркетингової та фінансово-економічної діяльності, характер організації виробничих процесів та організації праці, ступінь ефективності створених на підприємстві систем прогнозування, стратегічного та поточного планування, моніторингу та оперативного регулювання тощо.

Соціально — психологічні чи соціальні чинники відображають стан і динаміку соціальних процесів як на макро -, так і на мікроекономічному рівні. Вплив чинників цього класу на конкурентоспроможність підприємства подвійний: з одного боку, вони впливають на рівень, динаміку і специфічні особливості попиту на кожному конкретному ринку, тобто впливають на конкурентоспроможність продукції; з іншого, вони значною мірою визначають рівень ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства.

Екологічні чинники – характеризують взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємства зі станом оточуючого природного середовища. До цієї групи чинників необхідно віднести вимоги екологічного законодавства, витрати, що виникають у зв'язку з утилізацією відходів виробництва, витрати на утримання та експлуатацію природоохоронних споруд та ін.

Вагомими є політичні чинники, які впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, що особливо сильно виявляється при реалізації продукції на зовнішньому ринку. По відношенню ж до підприємства вони мають однозначно зовнішній характер, і можливість прямого впливу на них з боку самого виробника цілком відсутня.

Наступною класифікаційною ознакою є тривалість дії чинників. Переважна більшість чинників конкурентоспроможності підприємства носять постійний характер, оскільки період їхньої дії слід зіставляти з періодом функціонування самого підприємства. Кількість чинників тимчасового характеру відносно невелике і вони, як правило, пов'язані або із сезонними особливостями виробництва (наприклад, видобуток первинної сировини, сільськогосподарське виробництво і т.ін.), або з характером споживання (мода). До епізодичних чинників в основному відносять випадкові чинники як зовнішнього (землетруси, пожежі, повені), так і внутрішнього (аварії, відмовлення устаткування і т.п.) середовища підприємства. На практиці ускладнено прогнозування дії чинників цієї групи, у зв'язку з їхньою випадковою природою.

За характером прояву варто розрізняти циклічні чинники, що пов'язані із циклічністю як самого виробничого процесу, так і загальногосподарської кон'юнктури. Динаміка цих чинників піддається визначеному прогнозу, тому підприємство може заздалегідь передбачати їхній наслідок і почати відповідні адаптаційні заходи. Нециклічні чинники на відміну від циклічних не мають періодично повторюваного характеру, тому прогнозування їхньої зміни утруднено.

Відповідно до характеру впливу слід диференціювати цілеспрямовані і випадкові чинники. До перших

відносяться чинники, що є наслідком управлінського впливу як на макро-, так і на мікроекономічному рівні (наприклад, податкове регулювання, організація збутової діяльності підприємства). Випадкові чинники виступають проявом стохастичності як самої системи виробничо-економічної діяльності підприємства, так і навколишнього середовища.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства реалізується шляхом конкретних управлінських впливів, що дозволяють регулювати рівень та динаміку чинників. При цьому не усі вони однаково піддаються регулюванню на рівні підприємства. З цього погляду цілком правомірною слід вважати класифікацію чинників конкурентоспроможності на регульовані (в основному чинники внутрішнього середовища) та нерегульовані, тобто не залежні від підприємства.

Системний підхід до аналізу чинників конкурентоспроможності підприємства припускає не лише вплив їх на рівень результуючого показника, але також і наявність міжфакторних взаємозв'язків. Виходячи з цього, варто виділити взаємозалежні (тобто такі, при зміні хоча б одного з яких змінюються й інші) і незалежні чинники. Більшість чинників конкурентоспроможності можуть бути класифіковані як взаємозалежні. До незалежних ж відносяться, як правило, випадкові чинники.

Відповідно до внутрішньої структури чинників доцільною їх диференціювати на прості, тобто ті, які не підлягають подальшій деталізації та комплексні, які враховують в себе системно взаємодіючі чинники. З погляду аналізу і реалізації управлінських впливів необхідно оперувати простими чинниками, оскільки на практиці розчленовування комплексних чинників не завжди є можливим.

Значимо, що за характером виникнення слід розрізняти первинні чинники і похідні. Похідні являють собою опосередкований результат впливу первинних, тому з погляду керування варто впливати саме на первинні чинники, однак при цьому необхідно враховувати можливу зміну похідних.

Чинники конкурентоспроможності підприємства можуть бути класифіковані також за ступенем корисності з погляду кінцевого результату, тому за цією ознакою доцільно виділяти корисні, що сприяють зміцненню конкурентних позицій підприємства; нейтральні, які не чинять прямого впливу та шкідливі, що чинять негативний вплив і зайві т.т. дублюючі. В кожен конкретний момент чи досить короткий проміжок часу при аналізі рівня конкурентоспроможності можна зафіксувати спрямованість дії кожного чинника, так як ті самі чинники конкурентоспроможності в залежності від конкретних умов зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства можуть бути як корисними, так і шкідливими. Так, збільшення обсягу продажів у більшості випадків впливає на підвищення конкурентоспроможності, однак за певних умов (наприклад, при продажу продукції за демпінговими цінами) ріст реалізації приводить до зниження ефективності роботи підприємства, і, як наслідок, до втрати конкурентних позицій.

За ступенем забезпеченості конкурентоспроможності усі чинники можуть бути класифіковані на головні, які визначають реалізацію стратегічної мети, основні, що спрямовані на реалізацію основних задач та допоміжні, тобто такі, які створюють умови для нормального функціонування системи.

Отже, розглянуті основні підходи до класифікації чинників конкурентоспроможності підприємства створюють методичну основу для аналізу механізму їхнього впливу, що повинний базуватися на першій із приведених класифікацій, так як чинники зовнішнього середовища відбивають сукупність тих умов, до яких адаптується підприємство, а внутрішні чинники — визначають як саму можливість, так і ефективність процесу адаптації [8].

Досить відома класифікація чинників конкурентоспроможності А.Оливье, А.Дайаном і Р.Урсе [9], яка виділяє 8 чинників: концепцію товару (послуги), що покладена в основу діяльності підприємства; якість товару, що відповідає якості товарів світових ринкових лідерів; ціну товару; фінансовий стан підприємства; систему післяпродажного обслуговування; систему передпродажної підготовки; комунікаційну політику; експортну діяльність підприємства.

Таким чином, оцінюючи підприємство за кожним з цих восьми чинників, можна виявити сильні і слабкі сторони відносно інших підприємств.

Значимо, що структура розглянутих чинників конкурентоспроможності різна для різних типів підприємств. Для підприємств, зайнятих виробництвом споживчих товарів, такими чинниками є:

- комерційні чинники - здатність підприємства надавати комерційні і споживчі кредити; можливості знижки цін на товари, знижки на товар, що повертається, при частковому його використанні;
- збутові чинники - територіальна доступність мережі магазинів широкому колу покупців; використання можливостей публік рілейшнз; проведення ефективної рекламної кампанії, включаючи демонстрацію товарів

на виставках та ярмарках;

- формування іміджу підприємства серед споживачів;
- вплив кон'юнктури ринку.

Тому, в якості узагальнених оцінок серед чинників впливу на конкурентоспроможність щодо економічних показників, які характеризують динамічність і ефективність діяльності підприємства пропонується виокремити такі чинники:

1. Якісні зміни в структурі активів, джерел їх формування і взаємообумовленості.
2. Загроза нестачі власних засобів для розвитку виробництва.
3. Ступінь навантаження використання власного й інвестованого капіталу.
4. Фінансова стабільність підприємства.
5. Рівень платоспроможності підприємства.
6. Ділова активність і ефективність маркетингової діяльності підприємства.
7. Ступінь взаємообумовленості власних засобів і джерел їх формування.
8. Ступінь навантаження матеріальних оборотних коштів.
9. Рівень маневреності функціонального капіталу.
10. Рівень технічної оснащеності праці.
11. Рівень залежності підприємства від позикового капіталу.
12. Якісні зміни в структурі основних засобів.

Проведені нами дослідження показали, що суттєвими чинниками впливу на конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської промисловості в умовах кризи є ті, які не підлягають безпосередньому впливу суб'єктів ринку хлібопекарської продукції, а визначаються державною політикою і ринковим середовищем у країні (чинники макроекономічного впливу); які безпосередньо впливають на ефективність функціонування хлібопекарської промисловості (мезорівня); які формуються безпосередньо учасниками ринку (мікрорівня).

Тому, зважаючи на підходи до визначення і класифікації чинників конкурентоспроможності, доцільно сформулювати сукупність чинників впливу на конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської промисловості (табл. 3).

Таблиця 3 – Групи чинників конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської промисловості

Група чинників	Назва чинника
1. Макроекономічні чинники	нормативно-правове регулювання ринку хлібопекарської продукції; митна політика держави в галузі продовольства і сільськогосподарської продукції; фіскальна політика держави; репутація країни на міжнародному ринку; участь держави у торговельних об'єднаннях; коливання валютних курсів; довгострокові програми розвитку аграрного сектора економіки; рівень розвитку інфраструктури; рівень доходів населення; рівень конкуренції на ринку хлібопекарської продукції; попит на хлібопекарську продукцію; ціна товару.
2. Чинники мезорівня	галузеві програми розвитку хлібопекарської промисловості та їх взаємозв'язок з програмами розвитку суміжних галузей; ефективність функціонування галузевих професійних об'єднань; запровадження і підтримка грантових пограм за сприянням міжнародних фондів і професійних галузевих об'єднань; стимулювання запровадження інтеграційних формувань у галузі вирощування і переробки зернових культур; діяльність хлібопекарської промисловості у вищих органах державної влади; наявність стимулів для розвитку підприємництва хлібопекарської промисловості; інвестиційна привабливість галузі; історико-етнічні особливості та традиції господарювання в аграрній сфері.
3. Чинники мікрорівня	сертифікація хлібопекарської продукції; організаційно-технічний рівень виробничих процесів; впровадження новітніх технологій і сучасного обладнання;

	налагодження співпраці з партнерами за кордоном; рівень витрат на виробництво і реалізацію продукції; енергоспоживання виробництва хлібопекарської продукції; кваліфікація працівників хлібопекарської промисловості; якість сировини; якість хліба і хлібобулочних виробів; канали збуту хлібопекарської продукції; ефективність логістичного циклу.
--	--

Отже, чинники конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської промисловості об'єднані у три групи: макроекономічні, які не підлягають безпосередньому впливу суб'єктів ринку хлібопекарської продукції, а визначаються державною політикою і ринковим середовищем у країні; мезорівня, які мають прямий вплив на ефективність функціонування хлібопекарської промисловості; мікрорівня, які формуються безпосередньо суб'єктами ринку хлібопекарської продукції.

Слід зазначити, що до чинників, які найбільшою мірою перешкоджають розвитку ринку хлібопекарської продукції є такі: недосконалість нормативно-розпорядчої та інституційної бази щодо стимулювання виробництва хлібопекарської продукції; нерозвинутість інфраструктури ринку хлібопекарської продукції; мораторій на продаж землі, який знижує інвестиційну привабливість галузі; тінізація ринку хлібопекарської продукції.

Варто наголосити на тому, що на будь-якому підприємстві кожний із зазначених чинників на сьогодні до кінця не реалізований, по кожному з них сьогодні існують значні невикористані можливості (резерви). Крім того, динамічно розвиваючись, ці чинники вимагають пильної і безупинної уваги маркетингових служб. У будь-якому випадку проблеми дослідження резервів підвищення конкурентоспроможності повинні бути предметом сучасних маркетингових досліджень на підприємстві. Оскільки чинники формування та розвитку конкурентоспроможності підприємства діють не ізольовано, а системно, що посилює наслідки дії окремо взятого чинника. Дія кожного чинника конкурентоспроможності обумовлює причинно-наслідкові зв'язки, вивчення та формалізація яких може стати підґрунтям моделювання процесу формування та розвитку конкурентоспроможності підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження проявляється у визначенні та систематизації чинників формування та розвитку конкурентоспроможності підприємства, їх класифікація за рядом ознак. Це дає можливість чіткіше формулювати завдання, що мають стояти перед підприємством, разом з тим вживати заходи для збереження підприємств. Також це дає можливість визначити і загальну фінансово-економічну ситуацію в Україні. Здійснений системний аналіз чинників, які впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств, зокрема хлібопекарської промисловості, дає можливість встановити, що системоутворюючим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств є запровадження галузевих інновацій; модернізація виробничого обладнання для випуску пріоритетних видів продукції; дотримання політики стабільного валютного курсу в державі; соціально-економічна політика держави та невідкладні дії всіх гілок влади, що відповідають умовам ринку.

Викладенню визначених особливостей стратегій розвитку конкурентоспроможності підприємств та розробці практичних рекомендацій впровадженню їх в господарську діяльність будуть присвячені наступні праці.

ЛІТЕРАТУРА

- 1 Конкурентоспроможність національної економіки / за ред. Б. Є. Кваснюка. — К.: Фенікс, 2005. — 582 с.
- 2 Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдинов Р. А. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. - 892 с.
- 3 Большая экономическая энциклопедия. — М.: Эксмо, 2007. — 816 с.
- 4 Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. – Львів. Національний університет "Львівська політехніка", "Інтелект-Захід". – 2002. – 344 с
- 5 Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 рр.) «Шляхом Європейської інтеграції» / [А. С. Гальчинський, В. М. Гець, С. Г. Бабенко, та ін.]. – Офіц. вид. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
- 6 Розвиток підприємницької діяльності в Україні: історія та сьогодення: Матер. II міжнар. наук. практ. конф., 10-11 черв. 2004 р. – Тернопіль, 2004. – 264 с.

- 7 Антонюк Г. Я. Зовнішні чинники конкурентоспроможності молоко-переробної промисловості в умовах розширення ЄС / Антонюк Г. Я. // Вісник Львівської комерційної академії: [зб. наук. праць]. – Л.: ЛКА, 2006. – Вип. 23. – С. 156-159.
- 8 Управління конкурентоспроможністю підприємства: [навч.-метод. посібн.] / [Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Вакуленко А. В.]. – К.: КНЕУ, 2006. – 272 с.
- 9 Оливье А. Академия рынка: Маркетинг / А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе; [пер. с франц. А. Дайан, Ф. Буккерель, Р. Ланкар и др.]. – М. : Экономика, 1993. – 512 с.