

ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РІВЕНЬ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Фактор (лат. factor - що робить, виробляючий) – рушійна сила, що забезпечує ефективність діяльності підприємства в умовах ринку, тобто його конкурентоздатність.

За ступенем і призначення можна виділити дві групи факторів успіху сучасного підприємства.

I група - фактори, що визначають можливу наявність конкурентних переваг або фактори досягнення конкурентоздатності.

II група - фактори, що сприяють утриманню підприємством конкурентних переваг або фактори утримання конкурентоздатності.

Будь-які дослідження конкуренції і її суб'єктів – припускають розуміння того, що підприємство, яке діє на ринку, розглядається не саме по собі, а з урахуванням усієї сукупності відносин і інформаційних потоків, що зв'язують її з іншими суб'єктами ринку.

Фактори прямого впливу на конкурентоздатність хлібопекарських підприємств наступні:

застосування нових інформаційних технологій, завоювання частки ринку збуту продукції, що випускається;

застосування стандартів якості продукції, поява товарів-замінників;
дешева сировина, ноу-хау.

ідеологія підприємства, ресурс знань;

демографічні зрушення, навантаження на екосистему;

репутація підприємства, ініціатива його колективу, удосконалювання системи комунікацій організації.

Фактори конкурентної боротьби можна класифікувати за характером

впливу на організацію, в залежності від ситуації, як постійні і перемінні.

До числа постійних факторів успіху підприємств хлібопекарської галузі в конкурентній боротьбі можна віднести:

потенціал керівництва організації, виробничі потужності;

наявність підтримуючих галузей, рівень інформованості про зміни зовнішнього оточення підприємства і зміни конкурентів;

розвинута система науково-технічного і виробничо-комерційного співробітництва, майже всі "переваги в умінні".

Прикладами перемінних факторів можуть бути:

стратегія організації, збутові потужності, наявні ресурси;

конкурентне середовище, економічні, політичні, технологічні зміни зовнішнього оточення організації;

маловитратні виробничі можливості, кваліфікація персоналу, репутація підприємства.

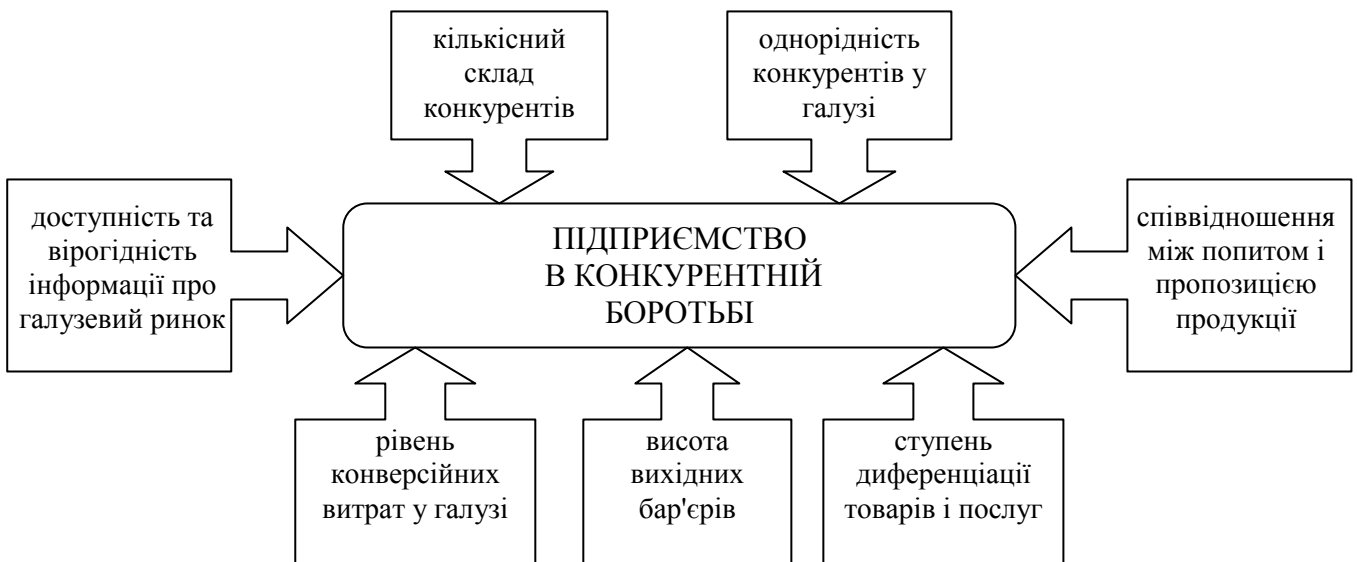


Рис 1. Концепція інтенсивності конкурентної боротьби

Інтенсивність конкурентної боротьби на хлібобулочних підприємствах визначається наступними факторами:

ринок хліба та хлібобулочних виробів характеризується великою кількістю конкурентів тому інтенсивність конкуренції висока;

конкуренти однорідні тому інтенсивність конкуренції незначна;

попит на продукцію відносно сталий тому конкурентна боротьба підприємств невиражена;

ступінь диференціації товарів не значний відповідно низький рівень інтенсивності конкуренції;

рівномірні витрати конверсії, але існують лідери та аутсайдери ринку хлібобулочних виробів (лідери – хлібокомбінат №12, №11; аутсайдери – хлібокомбінат №6, дослідний та фастівський хлібокомбінати)

інформація доступна зацікавленим суб'єктам, отже збільшує інтенсивність конкуренції в хлібопекарській галузі;

вихід на ринок досить утруднений в зв'язку з розподілом сегментів між учасниками (хлібокомбінатами) за регіональним принципом.

Кожен фактор може бути класифікований ще за низкою окремих (специфічних) ознак (цілями, часовими параметрами та іншими характеристиками) у залежності від конкретних і перспективних задач.