

Фактори підвищення конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості України

Ways of increase of competitiveness of enterprises of suckling industry of Ukraine

Факторы повышения конкурентоспособности предприятий молочной промышленности Украины

У статті розглянуто основні фактори, які формують конкурентоспроможність підприємств молочної промисловості України. Запропоновано шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах.

Ключові слова: *Підприємства молочної промисловості, конкурентоспроможність підприємства, фактори конкурентоспроможності.*

Вступ. Трансформація української економіки в ринкову модель господарювання призвела до появи і швидкого розвитку конкуренції. Зарубіжні компанії, прагнучи завоювати лідируючі позиції на різних ринках нашої країни, активно використовували всі можливі стратегічні прийоми і методи. У таких умовах вітчизняні товаровиробники значно поступалися по конкурентоспроможності іноземним. Дана ситуація стала характерною і для молокопереробних підприємств України. 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 є досить актуальною на сьогодні.

Не дивлячись на пильну увагу учених-економістів і фахівців до проблеми конкурентоспроможності підприємства, слід зазначити, що до теперішнього часу не вироблена єдина точка зору по суті цієї надзвичайно важливої, як в теоретичному, так і практичному плані, категорії. Перш за все, відсутній обґрунтований методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості.

Загальні теоретичні питання конкуренції, конкурентоспроможності і конкурентних переваг отримали широке віддзеркалення в роботах багатьох зарубіжних учених-економістів. Окремі аспекти конкурентоспроможності стосовно підприємств молочної промисловості України висвітлені в наукових працях Т.Л.Мостенської, М.К.Пархомця та ряду інших науковців.

Водночас варто зазначити, що фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємств молочної промисловості, знаходяться у динамічному стані й потребують комплексного дослідження.

Постановка завдання. В сучасних умовах забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств набуває першочергової ваги, оскільки на цій основі формується конкурентоспроможність країни на світовому ринку.

Проблема конкурентоспроможності для підприємств молочної промисловості України набуває особливої гостроти, тому що на ринку вони діють в умовах жорсткої конкуренції із зарубіжними і вітчизняними виробниками. Завоювання певної ніші на ринку для окремого підприємства, ведення ефективної конкурентної боротьби можливе лише на основі використання внутрішніх і зовнішніх факторів конкурентоспроможності, дотримання науково-обґрунтованих витрат праці і засобів виробництва.

Результати. Розвиток ринкових відносин нерозривно пов'язаний з пошуками найбільш вигідних умов для виробництва і збуту продукції з метою отримання максимального прибутку при мінімальних витратах праці і засобів виробництва. У науковій літературі подібне зіткнення інтересів отримало назву

конкуренції, а здатність і можливість протистояти їй — конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства — це можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Ця реалізація забезпечується всім комплексом наявних у підприємства засобів. Виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг — узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його уміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали.

Вивчення наукових джерел за темою доводить, що категорія конкурентоспроможності підприємства багатопланова і в економічній літературі немає єдиного, загальноприйнятого підходу до її оцінки. В основному розглядають її в двох аспектах: за ціновими і неціновими факторами.

Андрійчук В.Г. вважає, що високу цінову конкурентоспроможність мають ті підприємства, які можуть знижувати власну ціну на продукцію порівняно з ринковою ціною, і при цьому забезпечувати беззбитковість виробництва [1]. Бондаренко А.С. в якості факторів оцінки конкурентоспроможності пропонує використовувати ринкову долю підприємства, конкурентоспроможність пропонованого товару і фінансовий стан підприємства [2].

При визначенні рівня конкурентоспроможності підприємств автором запропоновано враховувати фактори, відображені на рис. 1.

Автор солідарний з думкою Ковальчук І.В., яка до групи показників, що визначають конкурентоспроможність підприємства, відносить: конкурентоспроможність продукції, його фінансовий стан, ефективність збуту та просування товару, ефективність виробництва, внутрішній потенціал підприємства, екологічність виробництва, соціальну ефективність, імідж підприємства [3].

**Конкурентоспроможність
підприємств молочної
промисловості**

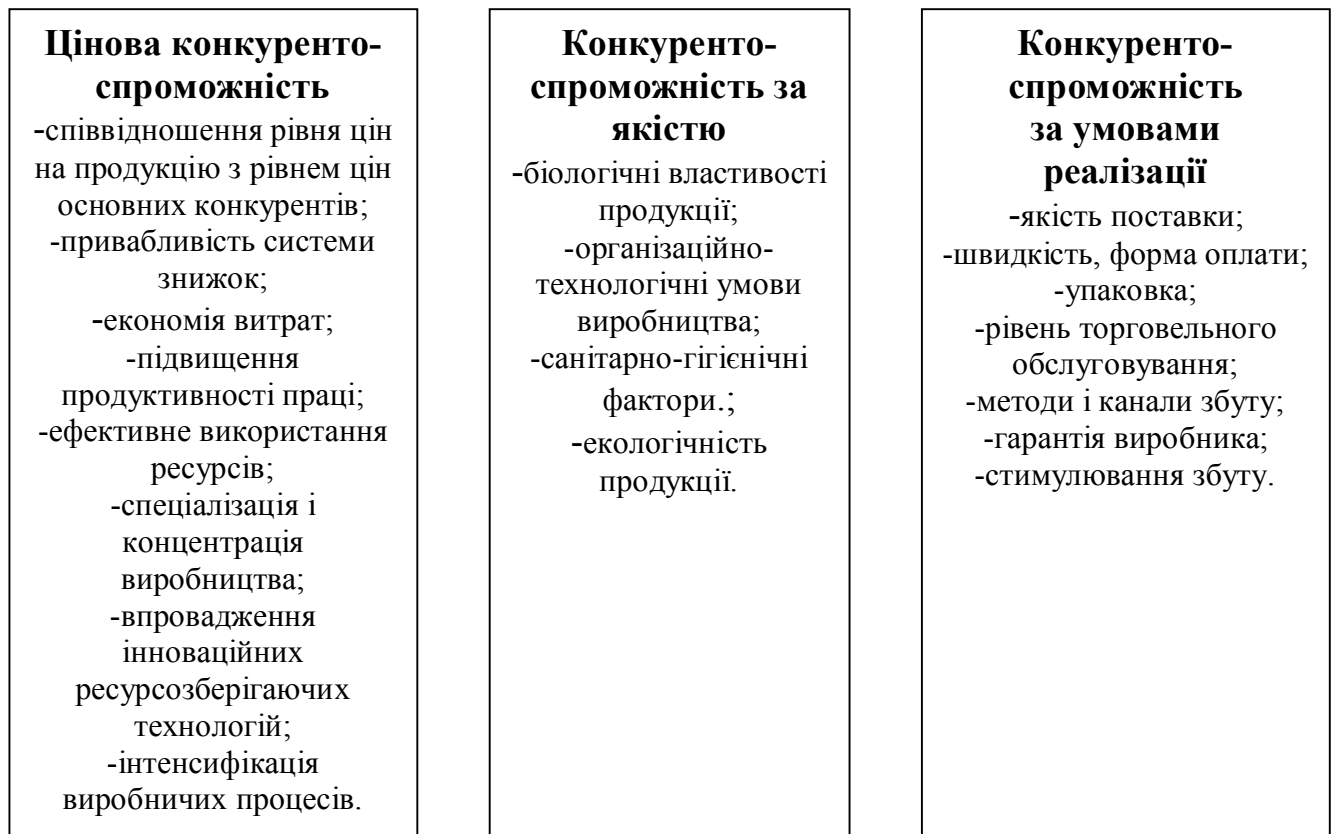


Рис.1. Фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості

Аналізуючи конкурентоспроможність підприємств в сучасних умовах, слід зазначити, що світова економічна криза не обійшла стороною і вітчизняні підприємства молочної промисловості. В Україні, як і у багатьох інших країнах, падає виробництво молокопродуктів, знижується їх споживання, ускладнюється процес зовнішньоторгових операцій. Значний спад виробництва сільськогосподарської продукції, нестача фінансових і матеріальних ресурсів, їх подорожчання, низька платоспроможність населення, скорочення рівня споживання молочних продуктів негативно впливають на результати роботи підприємств молочної промисловості, що є причиною зниження їх конкурентоспроможності.

Серед загальної сукупності складових ефективності функціонування підприємств молочної промисловості великий вплив має стан конкуренції в галузі. Відсутність досконалої конкуренції є характерною ознакою сучасних

економічних відносин. В молочній промисловості недосконала конкуренція проявляється у вигляді окремих елементів монополізму, що можуть мати вигляд впливу одного або декількох підприємств при встановленні ціни в конкретному регіоні; монопольного права володіння виробництва товарів певного виду; проведення недоброякісної цінової конкуренції.

В молочній промисловості конкурентна боротьба ведеться за такими напрямками:

- боротьба за постачальників сировини ведеться в умовах цінової конкуренції і формування взаємозв'язків на базі особистих відносин і вигідних умов для виробника молочної сировини;

- боротьба за споживача на ринку готової продукції;

- боротьба з іноземними виробниками.

Інтенсивність конкуренції серед існуючих виробників товару залежить від багатьох факторів і може проявлятися у різних формах: ціновій конкуренції, рекламній боротьбі, введенні нових товарів, максимальному рівні сервісу і гарантії якості.

Крім того, в Україні спостерігається низький рівень споживання молока і молокопродуктів. Як свідчать статистичні дані, фактичний рівень споживання молока і молокопродуктів (у перерахунку на молоко) в 2007 р. склав 230 кг на людину, що значно відстає від науково обгрунтованої норми споживання (390 кг на людину).

У другій половині 2008 року дуже швидко знизився зовнішній попит на українські сухі молокопродукти. А з кінця осені відмічається значний спад і внутрішнього попиту на більшість видів молочних продуктів. Така ситуація спочатку примусила підприємства суттєво знизити випуск продукції, а після цього і ціни на неї. Останнім часом багато підприємств молочної промисловості опинилися у вкрай складному становищі.

Оскільки купівельна спроможність населення нашої країни обмежена, то це призводить до того, що в галузі конкурентні ініціативи одного молокопереробного підприємства мають помітний вплив на дії інших

конкурентів. Адже підприємства галузі є взаємозалежними, тому що їх продукція відноситься до товарів повсякденного попиту. Найбільш застосовуваним методом конкурентної ініціативи в молочній промисловості України є вимушена цінова конкуренція, яка негативно впливає на прибутковість всіх підприємств галузі.

Відзначимо, що сучасний стан конкуренції на споживчому ринку України характеризується переважно розвитком цінової конкуренції між окремими продавцями товарів. Причиною цього є розшарування більшої частини населення, дуже низький рівень доходів, невибагливість до якості торговельного обслуговування.

Як показують дослідження, на сьогоднішній день ціни на молочні продукти визначаються вартістю сировини, упаковки, енергоносіїв та транспортними витратами. Варто відзначити, що практично вся упаковка для українських молочних продуктів виготовлена або за кордоном, або з імпортних матеріалів. Відповідно вартість молочних продуктів в Україні залежить від курсу іноземних валют.

Важливою проблемою розвитку підприємств молочної промисловості та забезпечення їх конкурентоспроможності є забезпечення підприємств сировиною у відповідній кількості та належної її якості. Специфіка діяльності молокопереробних підприємств полягає в тому, що вона залежить від стану молочного скотарства, яке сьогодні в нашій країні знаходиться в глибокій кризі. Оскільки молочна промисловість протягом 1990-2000р.р. перебувала у глибокій кризі, виробництво молока в усіх категоріях господарств протягом 1990-2000р. скоротилось вдвоє. І хоча, починаючи з 2001р., в молочній промисловості намітилися незначні позитивні зрушення, проблема скорочення обсягів виробництва молока стає все гострішою для молокопереробних підприємств. Одні учасники ринку вважають, що цей процес буде зупинено, і надої молока зростуть, інші прогнозують, що пропозиція молочної сировини в країні і надалі буде зменшуватися. Так, згідно статистичних даних у 2007р. вироблено 12254,6 тис. тонн молока, що на 7,8 % менше, ніж у 2006р.

Як показує світовий досвід, розвиток молочної промисловості в усіх розвинутих країнах тісно пов'язаний з виробництвом молока в великих фермерських господарствах. В Україні на сьогоднішній день в структурі переробленого молока частка приватного сектору складає приблизно 70%, в той час, як п'ятнадцять років тому вона становила трохи більше ніж 7%. Це ще раз свідчить про глибоку кризу молочного скотарства та створює для підприємств молочної промисловості ряд нових проблем, які потребують термінового вирішення [7].

Підприємствам молочної промисловості потрібно враховувати досвід зарубіжних країн, які давно прийшли до висновку, що конкурентоспроможність молокопродукції ґрунтується на молочному скотарстві. Тому молокопереробним підприємствам необхідно вкладати свої кошти у розвиток сільськогосподарських підприємств з метою забезпечення своєї діяльності молоком відповідної якості та в достатньому об'ємі.

Незважаючи на не зовсім сприятливу ситуацію в молочній промисловості, українським молокопереробним підприємствам не слід відмовлятися від подальшого вдосконалення виробничих технологій, адже в умовах кризи вижити можуть тільки найсильніші, оскільки відомо, що одним з найдієвіших шляхів створення конкурентних переваг підприємства є використання такого інструмента як інноваційна діяльність. При цьому, чим інтенсивніше здійснюється інноваційний процес, тим вища ймовірність успішної діяльності суб'єкта господарювання. Використовуючи інновації, підприємство знижує витрати, нарощує обсяги виробництва, завойовує ринки збуту, збільшує масу прибутку, сприяє підвищенню ефективності підприємництва і розвитку національної економіки.

На розвиток інноваційних процесів підприємств молочної промисловості впливають різні групи факторів: економічні, природно-ресурсні, технологічні, політичні, правові, організаційно-управлінські, соціально-психологічні, культурні. Одні фактори сприяють інноваційній діяльності, інші – перешкоджають. Наприклад, серед економічних і технологічних факторів

позитивний вплив на інноваційну діяльність молокопереробних підприємства чинять наявність необхідних фінансових ресурсів, матеріально-технічних засобів, прогресивних технологій, наявність сировини належної якості, висококваліфікованого персоналу, господарської і науково-технічної інфраструктури. Перешкоджають інноваційній діяльності відсутність або недостатність коштів для інвестицій, слабкість матеріальної та науково-технічної бази галузі тощо.

Головна мета інноваційної діяльності підприємств молочної промисловості – збільшення обсягів виробництва високоякісної продовольчої продукції на основі використання прогресивних технологій, відбору перспективних науково-інноваційних проектів, здатних у сукупності дати при реалізації найбільш значний соціально-економічний і науково-технічний ефект.

Неабияке значення мають різні заохочення як безпосередніх покупців, так і споживачів. Слід сказати, що без грамотного збуту ефект від зусиль, витрачених на розширення товарної номенклатури, може бути нульовим.

Для успішної діяльності на ринку підприємство має забезпечити наслідування виробленим стратегіям, вплинути на закони конкуренції у вигідному для підприємства напрямку, а також забезпечити сильну та надійну позицію у галузі.

Враховуючи поступовий процес концентрації, можна прогнозувати скорочення виробників молочної продукції, а саме, через декілька років в Україні, по аналогії з російським та європейськими ринками, залишиться декілька крупних виробників молокопродуктів. Розпочатий процес концентрації вже зараз стимулює компанії до створення холдингів, корпорацій та інших об'єднань, що у майбутньому дасть шанс увійти у число гравців, які контролюватимуть увесь український ринок молочних продуктів. Лідери ринку здійснюють суттєвий вплив як на попит, стимулюючи підвищення вимог споживачів до якості продукції, так і на постачальників та роздрібні мережі, вимагаючи більш якісної сировини, кращих умов транспортування і зберігання товарів. Зусилля провідних компаній українського ринку зосереджені на розвитку асортименту і торгових марок. Це є підтвердженням того, що молочна промисловість України переймає світовий і

російський досвід, який свідчить, що збільшення товарообігу виробників молочної продукції досягається за рахунок розширення асортиментного ряду і удосконалення упаковки, активної маркетингової політики [4].

Висновки. В результаті дослідження автор прийшов до висновку, що підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості безпосередньо залежить від:

- наявності потужної сировинної бази, усталених зв'язків з постачальниками;
- впровадження нових стандартів якості молока і молочної продукції, контроль відповідності виробленої продукції затвердженим стандартам;
- наявності новітнього або модернізованого технологічного устаткування;
- постійного оновлення асортиментного ряду;
- позиціонуванням продукції підприємства на ринку, яке встановлюється на підставі конкурентних переваг продукції;
- розмірів ринку збуту, які позначаються на величині попиту на продукцію;
- тенденцій розвитку економіки та ринку, тенденцій науково-технічного прогресу, стійких зрушень у структурі споживання;
- стабільності ринкової позиції підприємства, що зумовлюється сформованим іміджем та діловою репутацією;

Література

1. Андрійчук В.Г. Ціна як інструмент аналізу, оцінки і прогнозу економічних показників та виробничих параметрів підприємства // Економіка АПК.-2004.-№3.-С.65-70.
2. Бондарено А.С. Факторний метод оцінки конкурентоспроможності підприємства: Кол. монографія у 2 т. // За ред П.Т.Саблука, В.Я.Амбросова, Г.Є Мазнева. – К.: ІАЕ, 2001.-Т.1.-С.620-623.
3. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: Навч. Посіб. – К.: Знання, 2008. – 679 с.
4. Музыченко О. Молокозаводы под продажу // Комментарии.-2008.-№ 41.- С.12-13.

5. Мостенська Т.Л. Економічний механізм функціонування молочної промисловості України: (Монографія). – К.: УДУХТ, 2001. – 328 с.
6. Пархоμεць М.К. Організаційно-економічні основи розвитку молокопродуктового підкомплексу в ринкових умовах: [Монографія]. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 346 с.
7. Як розвинути сировинну базу? // Молочна промисловість.-2008.-№5(48).- С. 36-40.