

УДК 65.011.46:346.545/546

Гримак А.В., к.е.н., доцент¹, **Цвайг Х.І.**, к.е.н., доцент¹, **Урбан І.Р.**, асистент²©¹Львівський державний університет внутрішніх справ²Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ М'ЯСОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ В РИНКОВИХ УМОВАХ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Підприємства м'ясопродуктового підкомплексу Львівської області, та й України, набули значного досвіду роботи в умовах ринкової економіки, який базується на економічному прогнозуванні, раціональному формуванні попиту і пропозиції на продукцію, впровадженні досягнень науки і техніки, нових технологій, умінні працювати в умовах конкуренції і вільних цін. У конкурентних умовах важливо бути обізнаними з ринковими процесами і механізмами, а відтак, вміти організувати ринкову діяльність, що сприятиме зменшенню конкурентних ризиків. Названі фактори безпосередньо впливають на рівень конкурентоспроможності продукції, відповідно і на ефективність діяльності підприємств м'ясопродуктового підкомплексу, виробників продукції. Сьогодні є важливим оцінити конкурентоспроможність підприємств-виробників, насамперед тих, чия продукція за якістю і безпекою користується попитом у споживачів. Уміння організувати роботу у конкурентному середовищі для підприємств м'ясопродуктового підкомплексу є актуальним.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ефективність, ринок, м'ясопродуктовий підкомплекс.

Постановка проблеми. Виробляти конкурентоспроможну продукцію економічно вигідно для підприємств м'ясопродуктового підкомплексу, незалежно від форм їх власності. Насамперед тому, що на неї завжди буде більший попит, а відповідно, і реалізувати її можна за вищою ціною. Орієнтація підприємств підкомплексу на виробництво конкурентоспроможної продукції дозволяє бути не тільки рентабельними, а й здійснювати модернізацію виробництв, впроваджувати нові технології, вирішувати соціальні запити трудових колективів. Якісна, безпечна, конкурентоспроможна продукція затребувана на ринках і в перспективі попит на неї тільки зростатиме.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми формування конкурентоспроможності аграрних підприємств досліджують В.Г. Андрійчук, М.І. Деркач, В.В. Зіновчук, М.Й. Малік, О.А. Нужна, П.Т. Саблук, О.М. Фіщук та ін. Значний внесок у вирішення організаційно-економічних проблем розвитку м'ясопродуктового підкомплексу зробили К.В. Міненко, А. Гончарук, О.І. Драган, М.В. Мазнева, О.В. Мазуренко, І.Б. Манзій, Б.А. Мельник,

М. Нацок, М.К. Пархомець, Ю.В. Самойлик, О.М. Яценко та ін. Науковці зазначають, що показники розвитку м'ясопродуктового підкомплексу знаходяться на значно нижчому рівні потенційно можливих і наголошують на терміновій необхідності реформування даного сектора економіки.

Позитивно оцінюючи результати досліджень у вирішенні низки проблем формування конкурентоспроможності підприємств м'ясопродуктового підкомплексу, слід водночас звернути увагу на відсутність комплексного характеру вивчення даної проблеми. Крім того, додаткових досліджень потребує питання поглиблення зв'язків між підприємствами м'ясопродуктового підкомплексу.

Мета статті. У ринкових умовах висока конкурентоздатність суб'єктів господарювання є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Висока конкурентоспроможність – основна умова розвитку і життєдіяльності підприємства. Саме тому метою даної статті є узагальнення та розвиток теоретичних і методичних підходів до комплексної оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств м'ясопродуктового підкомплексу в ринкових умовах та формування їх конкурентних переваг.

Виклад основного матеріалу. Дослідження поняття "конкурентоспроможність підприємства" передбачає з'ясування сутності категорії "конкуренція", оскільки про конкурентоспроможність можна говорити тільки при наявності конкуренції між виробниками певної продукції (послуги).

Виникнення і розвиток суспільства супроводжується формуванням явища конкуренції, яка є одним із постійно діючих чинників його прогресивного руху вперед. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції, що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Отже, конкуренція – це сукупність об'єктивних відносин, перш за все, економічних, між господарюючими суб'єктами в умовах ринку, що носять динамічний характер постійного суперництва товаровиробників за прихильність споживачів на основі певних переваг своєї продукції.

Здатність підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках отримала втілення в категорії "конкурентоспроможність". Конкурентоспроможність – це досконала структура підприємства з професійно підготовленим трудовим колективом, високим рівнем продуктивності праці, яка базується на сучасних технологіях виробництва, гарантіях якості і нешкідливості продукції. Конкурентоспроможність продукції – це ефективність виробництва.

Для того, щоб бути конкурентоспроможним і випускати конкурентоспроможну продукцію, підприємство повинне мати конкурентні переваги.

Конкурентна перевага, якою володіють на конкретних ринках різні конкуренти, є суттєвими факторами клімату, або конкурентної ситуації, на ринку товару. Конкурентна перевага визначається набором характеристик, властивостей товару або марки, який створює для фірми певну перевагу над

своїми прямими конкурентами. Отже, конкурентна перевага – це рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми всіх видів ресурсів.

Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства. Необхідно особливо підкреслити, що конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями компанії. На відміну від можливостей, – це факт, що фіксується в результаті реальних й очевидних переваг покупців.

Конкурентні переваги можуть мати різний рівень ієрархії й належати до товару, підприємства, галузі, економіки в цілому, ґрунтуватися на цінових і нецінових факторах, бути довгостроковими й короткостроковими, стійкими й нестабільними, унікальними й імітованими і т.д. Конкурентні переваги виникають через суперництво при проектуванні, виробництві, реалізації й експлуатації продукції.

Таким чином, поняття конкурентоспроможності є непохитним атрибутом, який супроводжує сучасні трансформаційні перетворення на всіх ієрархічних ланках ринкового простору як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі. Адже кожний товар, підприємство, галузь, регіон, країна прагнуть до визнання на міжнародному рівні і застосовують всі можливі маркетингові засоби для отримання сталого іміджу, що, в свою чергу, забезпечить їх гарантованими прибутками.

Конкурентоспроможність підприємства не може бути вимірною єдиним статистичним показником. Це підтверджується тим, що це поняття носить ознаки прихованої властивості виробничої системи, якою є суб'єкт господарювання, та проявляється на поверхні у вигляді різних чинників-симптомів.

Як чинники-симптоми конкурентоспроможності виступають її фактори – явища та процеси виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну рівня конкурентоспроможності організації.

Фактори можуть впливати як у бік підвищення конкурентоспроможності підприємства, так і у бік зменшення. Отримання конкурентної переваги на основі факторів залежить від того, наскільки ефективно вони використовуються.

Аналіз доступних даних про діяльність підприємств м'ясопродуктового підкомплексу Львівської області свідчить, що більшість із них відпрацювали і впровадили модель виробництва конкурентоспроможної продукції, яка базується на факторах :

- 1) бути конкурентоспроможними і перспективними;
- 2) дбати про модернізацію технологій виробництва до сучасних рівнів;
- 3) мати досконалу систему управління;
- 4) поставляти на ринок виключно якісну продукцію;
- 5) дбати про прибутковість підприємства;
- 6) організовувати роботу колективу у задоволення.

Такі підприємства м'ясопереробної галузі Львівської області, як ЗАТ "Дрогобицький м'ясокомбінат", ПФ "Білаки", ТзОВ "Барком", ТзОВ

"Ходорівський м'ясокомбінат", ТзОВ "Дукат", ТзОВ "Самбірська птахофабрика", ТзОВ "Західно-Українська аграрна компанія", ТзОВ "Євро-Вік" та ін., завдяки наполегливій праці випускають продукцію, яка є конкурентоспроможною на ринку і користується попитом у споживачів, що, в свою чергу, стимулює згадані підприємства до нарощування обсягів товарної продукції. При цьому, забезпеченню стабільної якості продукції сприяє і системна робота спеціалістів, працівників підприємств по відстеженню дотримання основних параметрів якості і безпечності продукції на всіх етапах її виробництва. Прозоре відстеження включає документальне оформлення всього циклу виробництва, від оцінки якості сировини до поставок готової продукції та її зберігання.

Бути успішним учасником ринку практично неможливо без знання суті конкуренції та її принципів.

Саме ринок орієнтує виробників постійно працювати над удосконаленням виробництва і реалізацією готової продукції, забезпечувати координацію всіх ланок виробництва – від отримання сировини до поставок готової продукції.

Який же комплекс заходів впливає на оцінку конкурентоспроможності підприємств і продукції? До них слід віднести наступні заходи – це економіка виробництва, нові технології, якість продукції та кадри:

1) в економічній діяльності підприємств ефективним є впровадження заходів із зменшення затрат на виробництво продукції. Саме це є чи не основним для зменшення собівартості продукції та, відповідно, підвищення її конкурентоспроможності;

2) впровадження нових технологій, включаючи і придбання нового сучасного обладнання, що дозволяє підприємствам випускати продукцію високої якості. Технологічна відповідність підприємств – це одна із умов успішної роботи на ринку. У цьому переконані виробники м'ясопродуктового підкомплексу і на модернізацію виробництв виділяють необхідні кошти;

3) щодо якості, то слід відзначити, що поряд із технологією сучасна рецептура продукції м'ясопереробних підприємств також ускладнилася, в першу чергу, за рахунок рекомендованих до використання складових компонентів, тому якість кінцевого продукту залежить і від їх якості і безпечності;

4) і, напевне, одним із провідних факторів у діяльності підприємств м'ясопродуктового підкомплексу має бути турбота про персонал, створення належних умов для продуктивної праці. У роботі із персоналом слід дбати не тільки про навчання і робочий професіоналізм, а й вирішувати соціальні питання працюючих, стимулювати високоякісну роботу, дбати про належну оплату праці.

Аналіз діяльності названих підприємств м'ясопродуктового підкомплексу Львівської області свідчить, що входження із своєю продукцією на ринок, її збут супроводжувалось розробкою відповідної стратегії, яка базувалась на системі функціонування підприємств. Підприємства постійно відстежували зміни на ринках, де реалізується їх продукція, зокрема якісний

попит на продукцію підприємств, ціни на неї, асортимент продукції, чи є їх продукція конкурентоспроможною.

Маркетингова інформація, яку отримують підприємства при вивченні ринків дозволяє виробникам продукції проаналізувати споживчі запити на продукцію, найбільш ефективні шляхи її збуту і розподілу, стан реклами та ін. Це оперативна інформація. Однак, щоб мати більш детальну інформацію про ринок, яка дозволяла б передбачити свою діяльність на перспективу, слід аналізувати:

- розміри ринку, його тенденції, навіть сезонні фактори;
- узагальнені обсяги реалізації продукції;
- зміни до асортименту продукції, що пропонують споживачі, які можна використовувати при плануванні номенклатури продукції, організації збуту і реклами;
- які обсяги продукції найбільш раціонально поставляти на ринок;
- яка конкурентоспроможність підприємства, його визнання на ринку.

Висновки. У ринкових умовах складовою заходів стабільності підприємств м'ясопродуктового підкомплексу має бути програма створення їх надійної економічної стабільності. Випуск конкурентоспроможної продукції дозволить підвищити економічну ефективність підприємств, буде результативним напрямком їх функціонування в ринкових умовах.

Література

1. Гримак А. В. Маркетингові дослідження конкурентоспроможності на ринку м'яса і м'ясопродуктів. / А. В. Гримак // Формування ринкової економіки : Зб. наук. пр. спец. вип. : Сучасні проблеми теорії і практики маркетингу. – К.: КНЕУ, 2005. – С. 377-383.
2. Гриневецька Л. В. Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства / Л. В. Гриневецька // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2010. – № 4(105). – С. 13-24.
3. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
4. Статистичний щорічник Львівської області за 2012 рік. Ч.І. – Львів, 2013. – 364 с.
5. Тринько Р. І. Ринок продукції м'ясного скотарства : стан, перспектива розвитку: Монографія / Р. І. Тринько, А. В. Гримак. – Львів: Ліга-Прес, 2009. – 207 с.

Аннотация

Предприятия мясопродуктового подкомплекса Львовской области, и Украины, приобрели значительный опыт работы в условиях рыночной экономики, который базируется на экономическом прогнозировании, рациональном формировании спроса и предложения на продукцию, внедрении достижений науки и техники, новых технологий, умении работать в условиях конкуренции и свободных цен. В конкурентных условиях важно быть осведомленными с рыночными процессами и механизмами, а значит, уметь организовать рыночную деятельность, что будет способствовать уменьшению конкурентных рисков. Названные факторы непосредственно влияют на уровень конкурентоспособности продукции, соответственно и на эффективность деятельности предприятий мясопродуктового подкомплекса, производителей продукции. Сегодня является важным оценить конкурентоспособность предприятий-производителей, в первую очередь тех, чья продукция за качеством и безопасностью пользуется спросом у потребителей. Умение организовать работу в конкурентной среде для предприятий мясопродуктового подкомплекса является актуальным.

Ключевые слова: конкурентоспособность, эффективность, рынок, мясопродуктовый подкомплекс.

Summary

Companies of meat food sector in Lviv region, and Ukraine as well, have gained a considerable experience in market economy based on economic forecasting, rational shaping of demand and proposition for goods, introduction of science and technology achievements, new technologies, ability to work under the conditions of competitiveness and free prices. In a competitive environment it is important to be aware of market processes and mechanisms, and thus be able to arrange market activities to help reduce the competitive risks. These factors directly affect the level of goods competitiveness, and respectively, the effectiveness of meat foods sector companies and goods manufactures activities. Today it is important to estimate the competitiveness of companies-manufacturers, especially those whose goods are popular among consumers as to the quality and safety. Ability to arrange work in a competitive environment for companies of meat foods sector is of importance.

Key words: competitiveness, efficiency, market, meat foods sector.

Рецензент – к.е.н., доцент Гачек Т.С.