

Невлад Віра Федорівна

к.е.н., доцент,

Уманський національний університет садівництва, м. Умань

СУТНІСТЬ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ АПК УКРАЇНИ

Competitive positions are based on a study of the competitive environment of enterprises of processing agricultural products, allowing them to streamline operations in the most effective ways in case of optimization of the conditions for the innovation potential of the market demand.

Жорстка конкуренція між товаровиробниками вимагає від підприємств приділяти увагу формуванню і підтриманню конкурентних переваг, що є запорукою конкурентоспроможності підприємств на обраному сегменті ринку. При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів та пересвідчитися у тому, що ці переваги сприймаються споживачем як такі [1, с.176].

Задачею дослідження конкурентних переваг є визначення ступеня досягнення цілей, виявлення проблем, визначення причин їх виникнення. Діагностика конкурентних переваг є мірилом ефективності управління ними, тобто необхідно визначити як рівень розвитку кожної внутрішньої конкурентної переваги, так і рівень сукупності конкурентних переваг підприємства.

Конкуренти є важливою складовою маркетингового мікросередовища фірми, без урахування і вивчення якої неможлива розробка прийнятної стратегії і тактики функціонування фірми на ринку [3, с. 48-52].

Наявність конкуруючих підприємств спричиняє в економіці явище конкуренції. Тобто, конкуренцію в широкому значенні можна визначити як суперництво між певними особами і господарюючими одиницями, зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети. Якщо цю мету конкретизувати з погляду концепції маркетингу, то ринковою конкуренцією називають боротьбу фірм за обмежений об'єм платоспроможного попиту споживачів, яку провадять фірми на доступних їм сегментах ринку [4, С. 179-182].

Методика оцінки конкурентоспроможності підприємств які займаються переробкою сільськогосподарської продукції, як і інших підприємств складається з ряду послідовних взаємопов'язаних етапів. На початковому етапі в результаті аналізу запитів споживачів зі всієї безлічі параметрів проводиться відбір тих, які характеризують конкурентоспроможність продукції, тобто є визначальними у формуванні попиту на продукцію [5, с. 231-235]. Але, найбільш типовим є виділення трьох агрегованих факторів, які визначають інтенсивність конкуренції продуктів переробки сільськогосподарської продукції: розподіл ринкових часток між конкурентами, темпи росту місткості ринку, рентабельність ринку. Аналіз конкурентної позиції забезпечує формування більш повного і точного уявлення про внутрішні мотиви поведінки конкурентів.

Конкурентна позиція базується на дослідженні конкурентного середовища переробного підприємства, що дозволяє впорядкувати його діяльність в найбільш ефективному напрямі за умов оптимізації співвідношення інноваційного потенціалу з ринковим попитом. Тобто привести систему на певний проміжок часу до рівноваги.

Внаслідок структурних особливостей економіки виробники деяких видів сільськогосподарської продукції АПК України є монополістами [2, с. 132]. Отже, конкуренція на ринках набуває нового характеру – співробітництва і домовленості між потенційними конкурентами.

Але, основою системи управління конкурентними перевагами є внутрішнє середовище підприємства. Саме внутрішнє середовище є тим потенціалом, яке підприємство використовує для створення, збереження і розвитку своїх конкурентних переваг. Параметри внутрішнього середовища (мета, структура, задачі, технологія, персонал) ніколи не можуть розглядатися незалежно один від одного, тому що зміни кожного з них будуть певною мірою впливати на всі інші. Отже, у зв'язку зі складністю внутрішнього середовища його аналіз повинен проводитися системно і комплексно, що дозволить сканувати зміни не тільки окремих елементів, але й їх взаємний вплив. Внутрішнє середовище підприємства є саме тією сферою, яка піддається найбільш активному регулюванню з боку самого промислового підприємства, тому управління цими факторами уявляється найбільш важливим для забезпечення його міцних конкурентних позицій.

Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що в сучасних умовах розвитку і функціонування сільськогосподарських підприємств, та підприємств по переробці сільськогосподарської продукції діагностика конкурентних переваг стає об'єктивною необхідністю, оскільки в сучасній конкурентній боротьбі за ринки збуту продукції виграє той, хто точніше оцінює ситуацію, використовуючи результати проведеної аналітичної роботи. Тому що результати динамічної оцінки дають можливість будь-якому підприємству вчасно вносити зміни в розроблену стратегію формування та розвитку конкурентних переваг.

Список використаних джерел

1. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики: Підручник/ З.М. Борисенко. – К.: Таксон, 2004. – 704 с.
2. Князева І.В. Трансформація антимонопольної політики в політику захисту конкуренції в сучасних економічних умовах: Монографія / І.В. Князева, О.А.Лукашенко. – Новосибірськ: СіБАГС, 2011. – 304с.
3. Основні методи оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах виходу на зовнішні ринки / С. А. Куманецький // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу – 2009. – № 4. – С. 48-52.
4. Синергетичний ефект бенчмаркетингу конкурентних переваг / П. Г. Перерва // Маркетинг і менеджмент інновацій. – № 4. – 2011.– С. 179-182.
5. Дослідження процесів формування і розвитку конкурентних переваг підприємства / Е.А. Полтавська. // Кременчук: Асоціація "Перспектива". – 2014. – № 1. – С.231-235.