

АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Костанян М.Г.

Науковий керівник - Ряснянська А.М.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, (61050, Харків, Московський проспект, 4, каф. підприємництва, торгівлі та біржової діяльності), E-mail: marishka-kost@ukr.net

Хліб та хлібобулочні вироби традиційно відіграють значну роль у харчовій культурі українців. Ці продукти в Україні складають близько 40% від загальної калорійності раціону. Не тільки не тільки продовольча, а й національна безпека країни залежить від ефективності діяльності підприємств, що спеціалізуються на виробництві хліба і хлібобулочних виробів, так що виробництво хліба та хлібобулочних виробів пояснюється стратегічних галузей економіки наша країна, оскільки висока соціальна значимість хліба, потреба в стабільне і своєчасне забезпечення якості і свіжих продуктів для населення вимагає аналізу хліба і ринку хлібобулочних виробів, а також вивчення конкурентоспроможності підприємств, що спеціалізуються на хліб і хлібобулочні вироби виробництва. Власне, це дослідження присвячене цим питанням.

Існує безліч факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, що спеціалізуються на виробництві хлібу та хлібобулочних виробів. Серед яких варто відмітити зовнішні та внутрішні фактори.

До зовнішніх відносимо: соціальні (чисельність населення, статеві віковий склад, культура харчування, рівень доходів); політико-правові (законодавчі акти, політична ситуація); економічні (ціна, рівень доходів населення).

До внутрішніх віднесемо: сировинні ресурси підприємства (наявність обмеженості якісних сировинних ресурсів підприємства; вид ресурсу, вартість і доступність ресурсу; ринкова частка підприємства як виробничої одиниці); кадровий потенціал підприємства (структура і кваліфікація кадрів; чисельність персоналу); маркетингова діяльність (наявність маркетингової служби; наявність інформаційної та нормативно-методичної бази управління; імідж підприємства; збутові можливості розширення географічних меж ринку; наявність розгалуженої системи збуту; якість продукції); стратегія підприємства (формування місії, довгострокових цілей, шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін); інноваційно-інвестиційна діяльність (чисельність науково-виробничого персоналу на підприємстві; витрати на дослідження, розробки та технологічні інновації; наявність співробітництва з науковими підрозділами, можливість вигідного залучення зовнішніх фінансових ресурсів; величина внутрішніх джерел фінансування); територіально-географічне положення підприємства (доступ до сировинних ресурсів; доступ до транспортних мереж); виробнича діяльність (особливості застосовуваної техніки та технології; рівень механізації та автоматизації праці; науково-дослідна діяльність; асортимент, структура та якість продукції); фінансово-економічна діяльність (стандарти фінансової звітності, що використовуються; платоспроможність; рівень прибутковості та рентабельності).