

Гнедич В.І.,

спеціаліст вищої категорії, викладач-методист

Технологічно-економічного коледжу

Білоцерківського національного аграрного університету

м. Біла Церква, Україна

**ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ – КЛЮЧОВИЙ
НАПРЯМОК АКТИВІЗАЦІЇ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Summary: The main approaches to selecting competitive strategies at LTD "Bilotserkivskiyi molochnyi kombinat" were discussed in the theses. In addition, an analysis of the competitive strategies of other dairy industry enterprises in Kiev region was conducted.

Keywords: enterprises, competitors, strategy, competitive strategy, dairy products, goods, the quality of the finished product.

Неодмінною умовою виживання підприємств у сучасному ринковому середовищі є наявність конкурентних переваг. Теоретичні та методологічні основи вивчення конкурентних стратегій представлені в працях таких західних і вітчизняних вчених як, І. Анософф, М. Портер, Ф. Котлер, П. Саблук, С. Кваша та інші.

Актуальність даної теми полягає в тому, що сучасне конкурентне середовище диктує суб'єктам ринку все нові і нові правила конкурентної поведінки, перетворюючи та вдосконалюючи її традиційні форми. Тому, при встановленні конкурентних переваг важливий системний підхід, що забезпечує облік і виділення найбільш важливих факторів, які діють на торговельні об'єкти.

Найважливіша проблема будь-якого підприємства, що працює в сучасних умовах — це забезпечення ефективності виробництва та безупинного розвитку. Раціональне вирішення цієї проблеми полягає у створенні й реалізації

конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі економічно обґрунтованої стратегії розвитку підприємства.

Існує безліч визначень поняття «конкурентна стратегія», але найбільш вдало розкриває суть цього поняття Ф. Котлер, який характеризує конкурентні стратегії як ті, що дозволяють компанії зайняти міцні позиції в боротьбі з конкурентами і дають найсильніші стратегічні переваги перед конкурентами.

Метою цього дослідження є вибір конкурентних стратегій «ТОВ Білоцерківський молочний комбінат», як важливого чинника управління ефективністю його діяльності. Дане підприємство є основним виробником молочної продукції в місті, має потужну структуру управління, завдяки якій забезпечується раціональний контроль за виробництвом. Провідні фахівці БМК працюють над удосконаленням технології виробництва молокопродуктів, за допомогою якої відбудеться поліпшення якості готової продукції. Для розробки конкурентної стратегії враховують аналіз діяльності підприємства (економічної, фінансової, маркетингової та збутової). Дохід від реалізації продукції ТОВ «Білоцерківський молочний комбінат», у 2014 р. склав 17985,9 тис. грн., що на 17,7% більше за попередній рік, а у 2015 р. – 19784,5 тис. грн., що склало 110% від 2014 р. Чистий прибуток, виріс з 46,2 тис. грн. у 2014 р. до 50,8 тис. грн. у 2015р.

Основними конкурентами підприємства виступають підприємства-виробники аналогічних товарів, що надходять на даний ринок. Вони можуть бути більшими чи меншими за обсягами виробництва, мати більший чи менший ступінь диверсифікованості. Але поєднує всіх одне: вони пропонують свій аналогічний товар споживачам на тому ж самому ринку.

Проаналізувавши результати проведеного дослідження серед найближчих конкурентів ТОВ «БМК», які працюють в навколишньому середовищі, а саме ТОВ «Таращамолоко», Філія «Володарський сир», ПП «Рокитняночка», ТОВ «Бровари-молоко», ВАТ «Вімм-Білл-Данн Україна» встановлено, що ТОВ «БМК» за обсягом виробництва і кількістю асортиментних груп поступається

місцем тільки ВАТ «Вімм-Білл-Данн Україна» - потужному молоко-переробному підприємству, яке досить тривалий час працює на ринку.

Для сучасного етапу формування ринкових відносин на підприємствах молоко-переробної галузі характерне посилення інтенсивності розвитку конкуренції між виробниками товарів. Конкурентну стратегію розглядають як засіб, завдяки якому підприємство переміщається з поточної ринкової позиції до бажаної.

Конкурентні переваги визначають конкурентну ринкову позицію підприємства. Для того, щоб зберегти свої позиції на високо конкурентному ринку та розвивати свій бізнес підприємства мають проводити адекватні, стратегічні та оперативні зміни в рамках своїх конкурентних стратегій.

В умовах зростання конкуренції практичний інтерес з боку комерційних організацій до конкурентних стратегій посилюється, тому проблеми, пов'язані з розробленням і реалізацією конкурентних стратегій, украй актуальні. При впровадженні ефективної конкурентної стратегії підприємство повинно враховувати використання внутрішніх потенційних можливостей створення конкурентних переваг, що забезпечуватимуть адекватну реакцію на зміни факторів зовнішнього середовища, упереджуватимуть заходи конкурентів і сприятимуть сталому розвитку підприємства у визначеному стратегічному періоді.

Література:

1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб. / О.А. Біловодська. — К. : Знання, 2010. — 332 с.
2. Бондар О.В. Ситуаційний менеджмент : навч. посіб. / О.В. Бондар. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 326 с.
3. Гірняк О.М. Менеджмент : підручник / О.М. Гірняк, П.П. Лазановський. – Львів : «Магнолія 2006», 2008. – 352 с
4. Дідковська Л.Г. Історія вчень менеджменту : навч. посіб. / Л. Г. Дідковська, П. Л. Гордієнко. - К. : Алерта, 2008. – 477 с.

5. Осовська Г.В. Основи менеджменту : підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К. : Кондор, 2008. – 664 с.
6. Польшаков В.І. Інвестиційний менеджмент : навч. посіб. / В.І. Польшаков, Н.В. Ткаленко. – К. : Кондор, 2009. – 172 с.
7. Скібіцька Л.І. Менеджмент : навч. посіб. / Л.І. Скібіцька, О.М. Скібіцький. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 416 с.
8. Сучасні концепції менеджменту : навч. посіб. / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Федулової. - К. : Центр учбової літератури, 2007. – 536 с.
9. Туленков М.В. Сучасний менеджмент (теорії, концепції, моделі) : навч. посіб. / М. В. Туленков, О. Г. Чувардинський, Ю. Ж. Шайгородський. - К. : Український центр політичного менеджменту, 2008. – 376 с.
10. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації : підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с.
11. Череп А.В. Стратегічне планування і управління : навч. посіб. / А.В. Череп, А.В. Сучков. – К. : Кондор, 2011. – 334 с.
12. Школа І.М. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / І.М. Школа, І.В. Бутирська. – Чернівці : Книги-XXI, 2010. – 312 с.
13. Адміністративно-управлінський портал <http://www.aup.ru/>
14. Державно-освітній портал «Економіка. Соціологія. Менеджмент» <http://ecsocman.edu.ru/>
15. Освітньо-довідковий сайт по економіці <http://economicus.ru/>

26 жовтня 2016 рік