

Аліна ПАВЛОВСЬКА,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності 051 «Економіка»
Закладу вищої освіти «Подільський державний університет»
Науковий керівник: **Місюк М. В.,**
доктор економічних наук, професор
директор навчально-наукового інституту бізнесу і фінансів
Закладу вищої освіти «Подільський Державний Університет»,
Україна

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГАЛУЗІ СВИНАРСТВА

Враховуючи сутність конкурентоспроможності продукції, підприємства, галузі, необхідно відмітити, що визначення та формування чинників конкурентоспроможності необхідно проводити із врахуванням наступних позицій:

- Фактори часу, що пов'язано з тим, що будь-яка продукція (товар) має свій життєвий цикл, який характеризується зростанням і спадом його споживчої привабливості [1, с. 360-365];

- Цілей підприємства на ринку, зокрема підприємства можуть здійснювати демпінгові дії з метою заволодіння більшої частини ринку або утримання конкурентних переваг, що автоматично знижує вплив одних і посилює дію інших факторів на конкурентоспроможність;

- Виділення сегмента ринку продукції на якому оперує те чи інше підприємство, оскільки ступінь впливу факторів та їх перелік, які діють на ринку свіжої та охолодженої свинини та ринку живих свиней є різними.

Аналіз досліджень з проблеми ринку м'яса та м'ясопродуктів, зокрема м'яса свиней, дозволяє визначити чинники, які прямо впливають на конкурентоспроможність продукції галузі свинарства, попередньо згрупувавши їх за ступенем та характером впливу (прямий, непрямий). Прямі чинники впливу або чинники першого порядку: ціна, якість продукції, ступінь задоволення споживчих потреб у даній продукції конкуруючими галузями

(підприємствами); споживчі переконання, національні традиції, звички, державне та корпоративне регулювання виробництва та реалізації продукції.

Чинники, що здійснюють непрямий вплив на конкурентоспроможність продукції та прямий вплив на чинники першого порядку, або чинники другого порядку є: витрати виробництва, рівень технологій, якість сировини і матеріалів, ступінь впливу на прийняття рішень державними та не державними регулюючими органами, маркетингові заходи, інформаційний вплив на споживачів.

До чинників третього порядку необхідно віднести: ціна на ресурси, забезпеченість основними виробничими засобами та їх знос, завантаження виробничих потужностей, розвиток інфраструктури заготівлі сировини та постачання необхідних матеріалів, наявність організованої системи просування продукції.

Чинники четвертого порядку згрупуємо в три групи, які відповідно відображають вплив сільськогосподарських підприємств, внутрішнього середовища підприємства і макросередовища.

1 група – чинники виробництва свинини: забезпеченість кормами, система годівлі свиней, якісний склад поголів'я, технологічна і технічна оснащеність свиноферм, наявність знань у виробників, якість відтворення стада;

2 група – чинники внутрішнього середовища підприємства: якість персоналу, наявність коштів у підприємства, транспортні витрати і т. д.;

3 група – чинники зовнішнього середовища: державна підтримка галузей, що виробляють засоби виробництва для галузі свинарства, розвиток суміжних галузей АПК.

Таким чином, результати є наслідком дії чинників і визначаються за системою показників, які носять ситуаційний характер і залежать від існуючої ситуації на ринку м'яса і м'ясопродукції, зокрема на ринку м'яса свиней.

Взаємодія системи різноманітних факторів як у процесі виробництва, так і на внутрішньому і зовнішньому ринках формує конкурентні переваги свинини.

Вчені, досліджуючи питання конкурентоспроможності продукції, мають різні точки зору щодо систематизації її факторів і поділяють їх по [2, с. 277-280]:

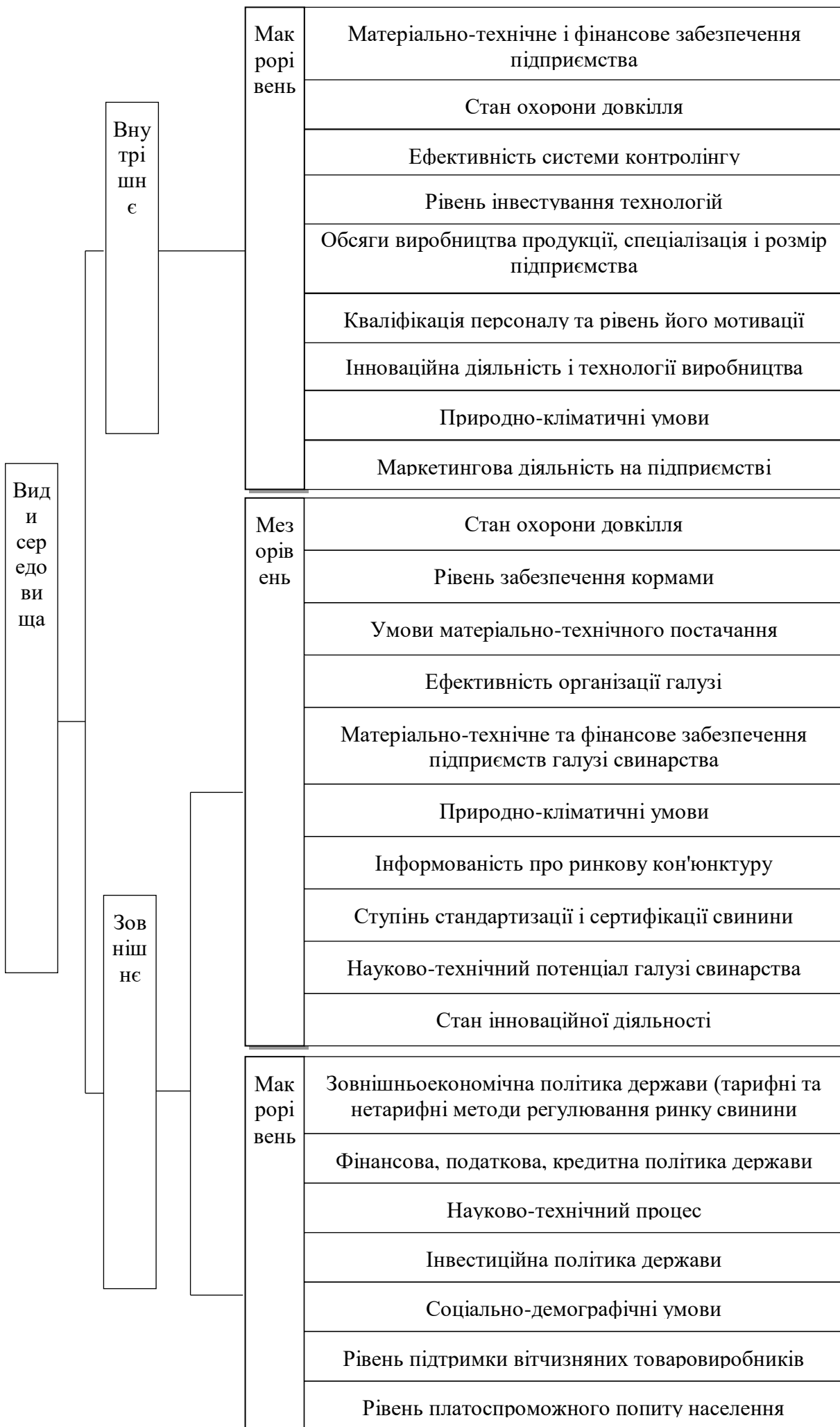
- Середовищу виникнення (внутрішні та зовнішні);
- Вартісній характеристиці (цінові та нецінові);
- Сфері впливу (технологічні, економічні, маркетингові);
- Характер впливу (основні, додаткові);
- Тривалості періоду впливу (постійні та змінні).

Фактори впливу на конкурентоспроможність продукції більшість дослідників поділяють залежно від оточуючого середовища на внутрішні і зовнішні, при цьому широко використовують SWOT-аналіз рівня конкурентоспроможності [3].

Для оцінювання конкурентоспроможності продукції свинарства, поряд з внутрішніми факторами до яких відносяться ті фактори, які формуються безпосередньо на підприємстві та їх реалізація можлива за рахунок потенціалу підприємства, необхідно зважати на зовнішні фактори регіонального, галузевого та загальнодержавного рівнів, тобто ті фактори, які впливають на конкурентоспроможність продукції ззовні і відрізняються вони тим, що підприємство не завжди може на них впливати та керувати ними (рис. 1).

На нашу думку, найбільш важливими факторами економічного механізму до яких відносяться ціноутворення, фінансування, кредитування, стимулювання попиту населення на продукцію, експорт продукції тощо. Основою підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва складають фактори державного рівня управління, так як вони визначають рівень добробуту споживачів та їх попит, стратегію розвитку підприємства, регіону і країни в цілому.

Виходячи з економічної сутності конкурентоспроможності та класифікації факторів, які впливають на неї, можна стверджувати, що конкурентоспроможність продукції свинарства – це результат реалізації економічних, маркетингових, організаційних, виробничих, науково-технічних,



інноваційно-інвестиційних, соціальних можливостей підприємства, регіону, галузі.

Конкурентоспроможність продукції свинарства визначається системою показників, які відображають узагальнені кількісні характеристики соціально-економічних явищ у єдності з їх якісною визначеністю, яка проявляється при задоволенні конкретних потреб. В такому випадку оцінку показників конкурентоспроможності продукції свинарства здійснюють дві сторони: з одного боку – споживачі, а з іншого – виробники. Звідси, показники конкурентоспроможності продукції з різних точок зору будуть різними залежно від мети оцінки як і напрямки її підвищення. Основою для оцінки конкурентоспроможності продукції свинарства споживачем виступає не вся сукупність її параметрів, а певні критерії конкурентоспроможності, які означають ту чи іншу ознаку, яка оцінює і встановлює особливості продукції, яка відрізняє її від продукції конкурента при просуванні її на ринку до конкретного споживача. Таким чином, він відображає конкурентні переваги продукції відносно лише конкурента і визначається споживачем без врахування особливостей продукції, яка оцінюється. В подальшому параметри продукції свинарства розширюються, але окремі показники залишаються і є основою для оцінки конкурентоспроможності продукції.

Список використаних джерел

1. Базилевич В. Д. Економічна теорія: Політекономія: підручник; за ред. В. Д. Базилевича. Київ: Знання-Прес, 2001. 581 с.
2. Гузар Б. С., Цикалюк О. С. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції. *Інноваційна економіка*. 2012. № 11. С. 277-280.
3. Рибалко В. Свинарство. Куди йти? *Сільський час* 08.08.2001. № 37.