

КОНКУРЕНТНА ПОЗИЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ МОЛОКОПРОДУКТІВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗМІЦНЕННЯ

В роботі опрацьовано науково-теоретичні та практичні напрями забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Серед основних шляхів виходу України з економічної кризи є інтенсивний розвиток регіональних аграрних ринків. Складовою частиною аграрного ринку виступає ринок молока і молокопродуктів. Наявність конкурентоспроможної продукції (послуг) не дозволяє багатьом з них реалізовувати ці переваги внаслідок відсутності практики використання всього комплексу заходів. В такій ситуації для кожного підприємства стає необхідним аналіз конкурентоспроможності і розробка дієвих засобів щодо її підвищення.

Найбільш істотний вклад в її розвиток внесли наукові центри, зокрема науково-дослідні групи М. Портера, І. Ансоффа (США), А. Гутмана (Канада), Дж. Данінга (Великобританія), праці А. Богданова, О. Амоші, В. Андріанова, С. Аптекаря, Б. Буркинського, І. Герчикової, Г. Губерної та ін.

ПАТ є найпотужнішим виробником молочної продукції під ТМ «Волошкове поле» в Черкаській області. Підприємство, технічно пристосоване для виробництва молочної продукції високої якості в більших обсягах і широкому асортименті.

Широта асортименту ТМ "Волошкове поле" – 10 асортиментних груп товарів, а глибина 58 асортиментних одиниць. Асортимент постійно поповнюється за рахунок нових товарів або вдосконалення існуючих. Також підприємство диференціює виробництво молока, кефіру та сметани.

За допомогою даних розраховано спеціалізацію підприємства – це виробництво молока, сметани та масла. Загалом виручка від реалізації продукції ПАТ «Юрія» збільшилась у 2,2 рази у 2017р. по відношенню до 2015р.

Обсяги виробництва молока та масла збільшилися на 13% та 23%, відповідно 2017 року, по відношенню до 2015 року. Обсяги виробництва такої продукції, як йогурт, сметана та сир кисломолочний, мають тенденцію до зменшення (на 20,8%; 22,9% та 10,4% відповідно).

Спостерігається динаміка до збільшення їх рівня за всіма видами продукції. Найбільше зростання цін відбувалося на масло (у 2,8 рази), на молоко (у 2,5 рази). Незначно змінились ціни на йогурт, сметану та сир кисломолочний. Основною причиною зростання цін є збільшення витрат на сировину та енергоносії.

В основному попит на всі види продукції є нееластичними, окрім попиту на масло та сметану в 2017 році, порівняно з 2016 роком.

Виручка від реалізації продукції 2017 року збільшилась у 2,1 рази, відносно до 2015 року.

Аналіз підприємства за допомогою бенчмаркінгу показав, що собівартість продукції знаходиться на середньому рівні серед конкурентів. Рекомендується посилити маркетингові переваги для збільшення конкурентної позиції, порівняно з іншими підприємствами. Рівень цін також знаходиться на середньому рівні. Підприємству рекомендується збільшити ринкову силу.

ПАТ «Юрія» має декілька шляхів зміцнення конкурентної позиції. А саме: вихід на новий ринок – експорт продукції; виробництво нового виду продукції – морозиво; посилення засобів комунікаційної політики. Якщо ПАТ «Юрія» врахує всі запропоновані заходи, то зможе набагато підвищити прибуток та рентабельність підприємства.