

**Антош Наталія**  
аспірант кафедри економічної теорії  
Херсонський державний університет  
м. Херсон

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Конкурентоспроможність продукції є необхідною передумовою забезпечення процесів розширеного економічного відтворення на підприємствах в умовах ринку. Еволюційні явища, що відбуваються в економіці країни і пов'язані зі зміною соціального, економічного, фінансового середовищ функціонування підприємств, мають вплив на формування цілей господарюючих суб'єктів, а відтак постійно коригують завдання їх діяльності та особливості поведінки у конкурентному середовищі.

Особливої актуальності дане питання набуває в сучасних умовах розвитку ринку молочної продукції, що характеризується перерозподілом прав власності на переробні потужності, експансією іноземного капіталу та корпоратизацією галузі [1]. Дані процеси відбуваються в умовах зниження обсягів виробництва молочної сировини, погіршення її якості, застосування застарілих технологій переробки молока та лібералізації політики стандартизації кінцевої продукції, що вимагає поглиблення існуючих знань про принципи та методи забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Постійна зміна і відносність конкурентних переваг продукції на ринку дає змогу охарактеризувати процес забезпечення конкурентоспроможності продукції як здатність підприємства вдало та оптимально трансформувати переваги продукції, які воно має в даний час, в інші переваги даної продукції в майбутньому. Забезпечення конкурентоспроможності продукції має в своїй основі постійно діючий мотив, який полягає у праві користуватися економічними благами, які виникають в результаті даного процесу. Одночасно економічні блага є наслідком синергетичного ефекту від складної взаємодії протилежних за прагненнями учасників процесу – виробників сировини, готової продукції, торговельних підприємств та споживачів молочної продукції [3, с. 25]. При цьому ефект синергії проявлятиметься більшою мірою в структурованих системах взаємодії, що обумовлює виняткову необхідність чітко визначеного розподілу прав власності на економічні блага, а отже, до їх врахування в процесі забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Таким чином, метою забезпечення конкурентоспроможності продукції є отримання конкурентних переваг на ринку, підвищення відносної вартості підприємства, забезпечення інтересів щодо структуризації ринку задля забезпечення інтересів власників підприємств щодо максимізації прибутку, стабільного функціонування підприємства та довгострокового його розвитку. Розглядаємо конкурентоспроможність продукції як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємства в цілому, що визначається як здатність

підприємства трансформувати як ті ресурси, що належать йому безпосередньо, так і ті, які воно отримує опосередковано внаслідок впливу чинників зовнішнього середовища, у переваги, що забезпечують його функціонування та розвиток [4, с. 143]. Отже, конкурентоспроможність продукції – це її здатність через операції обміну на ринку задовольняти суспільні потреби та інтереси власників підприємства щодо збільшення частки на ринку, отримання конкурентних переваг, підвищення відносної вартості підприємства та структуризації ринку.

Умовою, що значно послаблює можливості забезпечення конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств, є занепад великотоварного виробництва та погіршення якості сировини. Це підтверджується збільшенням частки особистих селянських господарств у валовому її виробництві до 84,4% [2]. Тому, з огляду на сучасні умови формування конкурентоспроможності молочної продукції, пропонується створювати: власну сировинну базу високоякісного молока на основі спільного її розвитку та використання зацікавленими у цьому переробними та сільськогосподарськими підприємствами; самоорганізуючу систему управління виробництвом сировини, реалізації продукції та взаємовідносин учасників, що дозволяє скеровувати протилежні ринкові стратегії сільськогосподарських та переробних підприємств, які співвідносяться як продавець-покупець-конкурент, на співпрацю; гнучку систему розподілу прибутку, що може реалізуватись під впливом існуючої системи управління інтеграційним процесом; гнучку систему збуту продукції; систему інформаційного управління торговими марками молочної продукції.

#### Література

1. Блинов А. Конкурентоспособная страна [Електронний ресурс] / А. Блинов, Т. Яблоновская. – Режим доступу: [http://www.expert.ru/printissues/ukraine/2006/36/interview\\_makuha/](http://www.expert.ru/printissues/ukraine/2006/36/interview_makuha/)
2. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Зимовець В.Н. Економічні проблеми розвитку виробництва та розвитку молокопродукції / В.Н. Зимовець // Економіка АПК. – 2001. – № 2. – С. 20-41.
4. Силивончик А. Молочные берега / А. Силивончик, Г. Титаренко // Бизнес. – 2008. – № 15. – С. 142-146.

**Балик Юлія**

студентка V курсу факультету економіки і менеджменту  
Донбаська державна машинобудівна академія  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайличенко Н.М.*  
м. Краматорськ

### АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В умовах ринкової економіки більшість суб'єктів господарювання є самостійними в прийнятті економічних та управлінських рішень, а також самі несуть відповідальність за їх наслідки. Сьогодні однією найбільш актуальних