

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Мацук В.М., Відцанко І.А., Косовський Я.Б.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

На ефективність діяльності суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів найбільш вагомо впливають такі фактори: А) наявність маркування за міжнародними стандартами якості; В) відповідність продукції міжнародним стандартам якості; С) глибина запровадження системи контролю якості, а саме НАССР; D) рівень диверсифікації підприємства на споживчих ринках; Е) територіальне розташування виробничих потужностей підприємства; F) рівень технічного устаткування; досвід та інтелектуальний потенціал підприємства; G) законодавча база; рівень менеджменту на підприємстві; Н) система постачання ресурсами; J) інформаційно-комунікаційна система; К) рівень креативного розвитку. У результаті проведеного у 2018 році експертного дослідження можна підсумувати, що оцінки, виставлені факторам, характеризуються високою кореляцією. Це говорить, що експерти погоджуються в оцінці їх вагомості. Найважливішими виявились чинники А та Е. Ці фактори мають найвищий рівень важливості при дослідженні поведінки суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів. Варто зауважити, що інші враховані фактори є також важливими, коефіцієнти вагомості для них є значно вищими за 8 %. Тобто, хоча, респонденти обрали декілька найбільш важливих чинників, все ж інші фактори, вони також розглядають, які такі що мають бути враховані при проведенні аналізування діяльності суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів. Важливим є те, що чинникам зовнішнього середовища експерти надали лише 18 % вагомості. Це свідчить про те, що підприємства є успішними передусім завдяки власним внутрішнім можливостям. Протягом років незалежності відбувається перехід від централізовано керованої форми державного регулювання економіки до ринкової. Принцип «laissez-faire» так і не був запроваджений у повній мірі, оскільки законодавча база часто переглядається, змінюються вимоги до звітності, змінюється фіскальна політика. Це може свідчити про низький рівень інвестиційної привабливості України. Проте, все ж думка експертів говорить, що внутрішнє середовище підприємства є більш вагомим для його успіху ніж зовнішнє. Це говорить про те, що досвід підприємства, його репутація, система менеджменту, використання міжнародного маркування, запровадження сучасних систем контролю якості продукції є вирішальними чинниками успішності підприємства, яке працює у сфері харчових продуктів. Варто зазначити, що експерти також наділили територіальне розміщення високим рівнем вагомості, це говорить про те, що підприємства такого типу прив'язані географічно до ринків постачання і збуту. Прикладом цього можуть служити кластер туризму в Кам'янці-Подільському, розвиток якого сприяє становлення дрібного підприємництва у сфері харчових технологій в регіоні. В результаті опитування експертів можна також підсумувати, що в цілому сучасна вітчизняна модель ведення бізнесу у досліджуваній галузі знаходиться на етапі формування.