**Стрельченко Наталія Миколаївна. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств-виробників трикотажної продукції : Дис... канд. наук: 08.06.01 – 2007**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Стрельченко Н.М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств-виробників трикотажної продукції. – Рукопис.  Дисертація на здобуття вченого ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. Київський національний торговельно-економічний університет, Київ, 2006.  Досліджено теоретичні і методологічні концепції визначення сутності економічних категорій конкуренція і конкурентоспроможність. Виявлені особливості прояву цих категорій на підприємствах України, що виробляють трикотажну продукцію із застосуванням толінгових схем. Обґрунтована необхідність вдосконалення методів оцінки конкурентоспро-можності підприємств-виробників трикотажної продукції. Запропонована методика, що дає можливість здійснювати оцінку конкурентоспро-можності підприємств як на окремих ринках їх діяльності, так і інтегральну оцінку. Досліджені тенденції розвитку світового ринку трикотажного одягу, трикотажної сировини і ринку з надання толінгових послуг, визначено місце на вказаних ринках трикотажної галузі України і окремих підприємств, рівень їх конкурентоспроможності. Аргументована необхідність вдосконалення організаційних форм підприємств-виробників трико-тажної продукції. Розроблені організаційно-економічні засади, в яких викладені нові принципи формування конкурентної стратегії українських підприємств, що виробляють трикотажну продукцію. Рекомендації та пропозиції, що викладені в дисертації, сприятимуть підвищенню рівня ефективності підприємств-виробників трикотажної продукції та забезпечать їх достатню конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринку. | |
| |  | | --- | | Результатом дисертаційного дослідження є рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств-виробників трикотажної продукції при застосуванні толінгових схем як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.  1. Проведено системний порівняльний аналіз основних теорій конкуренції та конкурентоспроможності і виявлено, що найбільш точним виразом економічної сутності конкуренції є її трактування як процесу взаємодії, взаємозв’язку і боротьби власників товарів, що, у свою чергу, робить конкуренцію основним важелем зростання обсягів і підвищення якості виробництва, вдосконалення системи реалізації його результатів, однією з об’єктивних умов функціонування і розвитку підприємств на базі міжнародного поділу праці. Конкурентоспроможність слід розглядати як здатність суб’єкта ринку формувати його конкурентні переваги.  2. За результатами дослідження особливостей прояву категорій конкуренції і конку-рентоспроможності на підприємствах-виробниках трикотажної продукції, що надають послуги з переробки давальницької сировини іноземного замовника, доведено, що на вказаних підприємствах мають місце особливі відносини, що пов’язані одночасно як з конкуренцією, так і співробітництвом, які можна характеризувати як коопераційно-конкурентні, за яких їх учасники одночасно діють як сторони угоди і як конкуренти. Для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств в умовах коопераційно-конкурентних відносин і, зокрема, розподілу інтересів замовника, в дисертації запропонована тривимірна економіко-математична модель, яка дозволяє розглядати різні сценарії попарних взаємовідносин у формі стратегії конкуренції і кооперації.  3. Доведено, що основними чинниками, які впливають на зовнішнє середовище підприємства, можна вважати: товарні ринки, ринкову інфраструктуру, світові інтеграційні процеси, стан екології, державну і міждержавну політику, інтенсивність конкуренції, локальність попиту тощо. До чинників внутрішнього середовища, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств, необхідно віднести: виробничо-технічні, фінансово-економічні, соціально-культурні, організаційно-технічні і адміністративні умови, поведінку підприємства у міжнарод-ному конкурентному середовищі. Така класифікація чинників надає сполучності оцінці конкурентоспроможності та трьох ринках та інтегрованості до загальної оцінки рівня конкурентоспроможності толера.  4. Аналіз методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств показав, що жоден з відомих методів не дає адекватних результатів щодо оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства-виробника трикотажної продукції. Виходячи з цього, запропонована комплексна методика оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств, яка надає можливість оцінити конкурентоспроможність як на окремих ринках (трикотажного одягу, сировини, фондовому, ринку толінгових послуг), так і визначити рівень інтегрованості конкурентоспроможності підприємства, виходячи із рівня його конкурентоспроможності на окремих ринках.  5. На основі дослідження тенденцій, що відбуваються на національному і світовому ринках трикотажного одягу, виявлено наявність достатньо жорсткої конкуренції серед виробників цієї продукції. Більшість українських трикотажних підприємств через об’єктивні і суб’єктивні причини виявились неконкурентоспроможними на вітчизняному і світовому ринках, що спонукало їх вдатися до давальницьких схем: переробки сировини іноземного замовника з подальшим експортом виробленої продукції. Це сприяло підвищенню рівня конкурентоспромо жності українських підприємств на світовому ринку трикотажного одягу, що підтверджується здійсненими в роботі розрахунками показників конкурентоспроможності. Проте на внутрішньому ринку досліджені підприємства залишаються неконкурентоспроможними. У процесі проведеного дослідження доведено, що застосування толінгових схем у роботі підприємств-виробників трикотажної продукції фактично позбавляє їх господарської самостійності, робить повністю залежними від їх іноземних контрагентів, знижує ефективність їх діяльності. Це дало підстави для висновку про доцільність розробки організаційно-економічних засад, які будуть сприяти набуттю зазначеними підприємствами господарської самостійності, забезпеченню підвищення рівня їх конкурентоспроможності.  6. Запропоновано організаційно-економічні засади та обґрунтовано ті, що є найбільш доцільними з точки зору ефективності, створення на базі українських підприємств, що виробляють трикотажну продукцію і їх іноземного партнера спільного підприємства. В якості мотиваційних інтересів виступає підвищення рівня ефективності виробництва, доступ до більш дешевих ресурсів, зменшення, у порівнянні з толінгом, ризику як для українських та іноземних партнерів. В дисертації запропоновано новий підхід щодо організаційної структури СП, а саме: створення комплексу (тандему) СП, в якому підприємства, що до нього входять, зберігають оперативну самостійність при спільному стратегічному управлінні. В теоретичному плані така організаційна модель надає можливість пристосуватися до механізму управління економічними процесами, що існують в різних країнах, а в практичному – забезпечити функціонування СП як єдиного господарчого комплексу.  7. Запропоновані конкретні заходи щодо вибору і розробки конкурентної стратегії для українських підприємств-виробників трикотажної продукції. Вони включають алгоритм розробки стратегії, організаційну схему побудови комплексу СП і служби маркетингу в його складі, а також принципи формування виробничої програми комплексу СП із застосуванням в його діяльності елементів аутсорсингу у вигляді лізингу персоналу.  8. Доведено на основі розрахунків, які базуються на статистичних даних діяльності конкретних підприємств, що впровадження в практику розроблених організаційно-економічних засад забезпечить значне підвищення рівня конкурентоспроможності українських підприємств-виробників трикотажної продукції на зовнішньому і внутрішньому ринках.  Викладені рекомендації і пропозиції пройшли апробацію на трикотажних фабриках України і одержали позитивні оцінки. | |