**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. |

 |