**Бондаренко Світлана Михайлівна. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств (на прикладі взуттєвого виробництва): Дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Київський національний ун-т технологій та дизайну. - К., 2002. - 258арк. - Бібліогр.: арк.173-184**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Бондаренко С.М. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств (на прикладі взуттєвого виробництва). – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка підприємства й організація виробництва. – Національний університет харчових технологій, Київ, 2002.  Дисертацію присвячено розробці організаційно-економічних засад підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємств взуттєвої галузі на основі рейтингового управління цим процесом.  Узагальнено теоретико-методологічні основи рейтингового управління конкурентоспроможністю продукції та підприємств, запропоновано нові показники задоволенності споживача виробом і методику їх оцінки, розроблено та впроваджено систему рейтингового управління конкурентоспроможністю взуттєвого підприємства, запропоновано рекомендації з удосконалення асортиментної політики та визначення рентабельності капіталовкладень у виробництво конкурентоспроможної продукції.  Основні результати дослідження пройшли виробничу перевірку в Українському центрі стандартизації, сертифікації та метрології, впроваджені на підприємствах взуттєвої промисловості України та використовуються у навчальному процесі економічного факультету КНУТД. | |
| |  | | --- | | 1. Ринкова економіка грунтується на конкуренції, для перемоги в якій вітчизняні вироби та виробники повинні бути конкурентоспроможними. Повною мірою це стосується підприємств взуттєвої промисловості. Протягом останніх років на більшості цих підприємств обсяги виробництва знижуються. Встановлено, що основними причинами спаду виробництва в галузі є засилля товарів невідомого походження, зниження рівня купівельної спроможності населення, розрив господарських зв’язків та ін. Для виправлення становища легка промисловість потребує інвестицій. Проте на даний час основою інвестиційної політики взуттєвих підприємств є внутрішні джерела інвестування. і, в першу чергу, їх прибутки, для збільшення яких необхідно підвищувати рівень конкурентоспроможності продукції.  2. Найдоцільнішим шляхом підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції є управління нею. Зважаючи на те, що конкурентоспроможність виробу та виробника – це міра їх першості серед конкурентів (рейтинг), таке управління має грунтуватися на розрахунку та використанні рейтингових оцінок в процесі реалізації функцій управління, тобто бути рейтинговим. Останнє є поєднанням системного, процесного, ситуаційного та кількісного підходів до управління. Особливістю його є те, що рейтингова оцінка виступає одночасно метою та інструментом управління.  3. На конкурентоспроможність продукції взуттєвої промисловості впливають числені фактори та умови, найважливішими з яких є якість та ціна взуття, відповідність напрямам моди, сезонність, асортимент продукції, репутація виробника, ресурсне, інформаційне, правове забезпечення підприємства, потенціал керівництва, організаційна структура управління та ін.  4. Виявлено, що за сучасних умов виникла необхідність оцінювати конкурентоспроможність виробу порівнюючи його з потребами споживачів, чого вимагає міжнародна система стандартів серії ISO9000:2000. Для цього запропоновано розраховувати показники задоволеності споживача виробом, такі як: привабливість, соціально-економічна ефективність, коефіцієнт задоволеності споживача. На основі показників конкурентоспроможності та задоволеності споживача доцільно розраховувати рейтинг виробів на ринку за методичними підходами, запропонованими Інститутом реформ України.  5. Для оцінки показників конкурентоспроможності взуття та задоволеності ним споживача доцільно проводити соціологічне опитування споживачів. Це дає змогу оцінити властивості та врахувати приховані дефекти, які проявляються тільки під час носіння взуття. Факторний аналіз показників дає змогу відбирати для подальшої оцінки найвагоміші та приймати ефективні управлінські рішення. Показники, що є вагомими для споживача, потрібно поліпшувати. На покращення показників, несуттєвих з його точки зору, витрачати час та кошти не варто.  6. Запропоновано методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємств взуттєвої промисловості із застосуванням теорії ефективної конкуренції на основі показників конкурентоспроможності товарної маси, фінансово- та техніко-економічних показників. Результати оцінювання корисні керівництву підприємства, інвесторам, кредиторам, державним та іншим органам для прийняття ефективних управлінських рішень.  7. Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції запропоновано впроваджувати на взуттєвих підприємствах систему рейтингового управління конкурентоспроможністю продукції яка грунтується на змаганні підрозділів за вищі техніко-економічні показники та конкурентоспроможність виробів і сприяє підвищенню ефективності господарської діяльності та економії всіх видів ресурсів.  8. На взуттєвому підприємстві асортиментна політика залишається одним із найвагоміших чинників його конкурентоспроможності. Для її удосконалення доцільно використовувати аналіз асортименту продукції за матрицею “ конкурентоспроможність – рентабельність продукції”, сітьові методи та економіко-математичні моделі оптимізації виробництва та зберігання продукції.  9. Встановлено взаємозалежність між конкурентоспроможністю взуття та його часткою на ринку. Це дає змогу прогнозувати питому вагу продукції певного виробника у задоволеності ринкового попиту та обсяг її продажів, визначати прибуток від реалізації продукції та рівень беззбиткового обсягу виробництва.  10. Основні результати дослідження пройшли виробничу перевірку в Українському центрі стандартизації, сертифікації та метрології, впроваджені на підприємствах взуттєвої промисловості, таких як ЗАТ “Чернігівська взуттєва фабрика “Берегиня”, “Будинок моделей взуття”(Київ), ЗАТ “Промінь” (м. Чернігів) та використовуються у навчальному процесі економічного факультету КНУТД. | |