**Радкевич Лариса Альбертівна. Розвиток ринку кондитерських виробів в Україні: конкурентні аспекти : Дис... канд. наук: 08.06.02 – 2002**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| Радкевич Л.А. Розвиток ринку кондитерських виробів в Україні: конкурентні аспекти. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.02 – Підприємництво, менеджмент та маркетинг. – Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М.Туган- Барановського, Донецьк, 2002.Дисертаційна робота присвячена розробці методологічного підходу до оцінки стратегії поведінки підприємства та містить теоретичне обгрунтування сутності категорії конкуренції, її особливостей і типів, аналіз існуючих моделей, методів та показників дослідження конкуренції, розробку моделі дослідження розвитку ринку, яка дозволяє врахувати кількісні, якісні показники, а також експертну оцінку загального стану ринку на підставі набутого досвіду, досліджено вплив демографічних факторів на розвиток ринку кондитерських виробів та конкуренції, проведено аналіз підприємств, які працюють на ринку кондитерських виробів, та запропоновано матрицю “географічне покриття-портфель продуктів”. Запропоновано стратегію одержання конкурентних переваг підприємствами-аутсайдерами. Розроблено адаптований індекс ступеня монополізації з урахуванням фактичної та потенційної місткості ринку та існування різниці між ними в залежності від етапу розвитку ринку. Розроблено та обгрунтовано поняття конкурентостійкості підприємства, визначено елементи, які її складають, та дано методику їх розрахунку, запропоновано методику розрахунку конкурентостійкості підприємства. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертації наведено теоретичне узагальнення та вирішення наукової задачі на підставі удосконалення існуючих та пропозиції нових підходів і показників щодо оцінки стратегії поведінки підприємства на ринках, які розвиваються. Результати проведеного дослідження надають можливості зробити наступні висновки:1. Визначати типи конкурентних ринків пропонується з урахуванням додаткових проміжних типів: умовно-монополістичного та умовно-олігополістичного. Це дозволяє відповідно до визначеного типу ринку своєчасно оцінювати поточну та перспективну стратегії поведінки підприємства на ринку, який перебуває на етапі росту.
2. Процес дослідження розвитку ринку кондитерських виробів пропонується здійснювати в три етапи: етап визначення впливу соціодемогрфічних факторів, етап оцінки позицій підприємств та іхнього впливу на розвиток ринку, етап аналізу тенденцій ринку згідно комплекса 4”Р”. Це надає можливості проводити оцінку поточного та перспективного становища ринку кондитерських виробів.
3. Запропоновано для оцінки стратегій поведінки кондитерських підприємств використовувати матрицю “географічне покриття-портфель продуктів”, що сприяє можливості здійснювати позиціонування підприємств на ринку та виявити прямих конкурентів за асортиментом та територіальним поширенням продукції, а також визначити стратегічне становище підприємств стосовно один одного.
4. Розроблена стратегія одержання конкурентних переваг для підприємств-аутсайдерів кондитерської галузі визначає напрямки реструктуризації їх виробничо-господарської діяльності. У рамках розробленої стратегії встановлено пріоритети щодо вдосконалення діяльності цих підприємств та надано переваги посилення концентрації.
5. Для визначення щільності конкуренції на ринках, які розвиваються, запропоновано використовувати розроблений адаптований індекс ступеня монополізації, який надає можливості оцінити конкурентний потенціал ринку на підставі фактичної та потенційної місткостей ринку, що сприятиме визначенню поточної поведінки підприємства на ринку.
6. З метою визначення становища підприємства на ринку запропоновано поняття “конкурентостійкості”, яке характеризує спроможність підприємства ефективно існувати на ринку протягом деякого часу. В рамках цього поняття запропоновано елементи, які складають конкурентостійкість та надано засіб їх розрахунку.
7. Розроблено методику визначення конкурентостійкості підприємства, в основу якої покладено експертну оцінку її елементів, що забезпечує оцінку становища підприємства на ринку та визначення стратегічних напрямів удосконалення управлінсько-господарської діяльності.

8. Виконані методичні розробки можуть бути використані маркетинговими службами підприємств України при розробці стратегічних та тактичних заходів, для рішення локальних завдань щодо сприяння зміцненню положення підприємств на ринку кондитерських виробів. |

 |