**Краснодєд Тетяна Леонідівна. Економічний механізм формування конкурентних переваг підприємств на регіональному ринку молока : Дис... канд. наук: 08.00.04 – 2009**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Краснодєд Т. Л.**Економічний механізм формування конкурентних переваг підприємств на регіональному ринку молока. - Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). - Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва, Харків, 2009.  У дисертаційній роботі проаналізовано механізм формування конкурентних переваг підприємств на ринку молока та молочної продукції у Запорізькій області та в Україні в цілому. Викладено результати дослідження теоретичних основ і практичних аспектів функціонування ринку.  На основі аналізу споживання, пропозиції та процесу ціноутворення на ринку молока індустріального регіону, а також дослідження взаємовідносин між виробниками молока та переробними структурами, в дисертаційній роботі обґрунтовано напрями удосконалення економічного механізму ринку на перспективу. Визначено шляхи підвищення конкурентоспроможності та прибутковості товаровиробників з урахуванням цінових чинників, рівня інтенсифікації, молочної спеціалізації, концентрації, якості продукції. | |
| |  | | --- | | У дисертаційній роботі проведено комплексний аналіз регіонального ринку молока і молокопродуктів та обґрунтовано пропозиції щодо удосконалення механізму формування конкурентних переваг підприємств на даному ринку в умовах глобалізації економічних процесів. Проведене дослідження дало змогу зробити наступні висновки:  1. Ефективний розвиток економічних систем визначається досконалістю механізму господарювання, який є сукупністю виробничих відносин між державою та суб’єктами господарювання, а також між суб’єктами ринкової економіки з приводу використання різних форм і методів управління національною економікою та саморегулювання. Дослідженням концепцій сутності та складових економічного механізму встановлено, що, по-перше, на ринку підприємства функціонують переважно у режимі ринкового саморегулювання з частковим державним втручанням, по-друге, існує об’єктивна необхідність формування організаційно-економічного механізму господарювання, здатного забезпечити ефективне функціонування підприємств, які будуть спроможні створювати та послідовно реалізовувати свої конкурентні переваги на ринках сільськогосподарської продукції на основі органічного поєднання державного регулювання та ринкових важелів, серед яких ціноутворюючий фактор відіграє провідну роль.  2. Узагальнення підходів до визначення суті та принципів формування конкурентоспроможності виявило розбіжності на теоретико-методологічному рівні в межах різних концепцій. З’ясовано, що конкурентоспроможність може бути досягнута використанням конкурентних переваг підприємств. Водночас підприємство досягає цього стану, якщо здатне утримувати конкурентні позиції на ринку, а його фінансові результати дозволяють йому залишатися на ринку і не маючи конкурентних переваг перед конкурентами. Фундаментом формування конкурентоспроможності виробників є конкурентоспроможність продукції на ринках різного рівня, але початковим етапом у її досягненні є регіональний ринок. Співвідношенням ціни та собівартості продукції на цьому ринку визначається можливість участі у конкурентній боротьбі.  3. Специфіка ринку молока у Запорізькій області полягає у сукупній дії таких основних чинників: питома вага міського населення області становить 76,6%; доходи на одну особу мають найвищі рівні по країні, всупереч тому, що регіон входить у трійку останніх за рівнем споживання молока; область має виражений індустріальний характер; виробництво молока у підприємствах становить лише 13,4% від загальної кількості молока, що виробляється в регіоні;виробництво та споживання молока на одну особу у регіоні нижче, ніж у середньому по Україні**;**відмінності по районах в цінах реалізації та собівартості обумовлюють наявність різних рівнів рентабельності, конкурентоспроможності; окремі адміністративні райони (Бердянський, Веселівський, Приазовський, Мелітопольський) відіграють важливу роль у виробництві та споживанні молока: більш успішно розвивають виробництво та забезпечують реалізацію молокопродуктів, мають потужні молокозаводи з максимальною концентрацією переробки молока (продукція Веселівського молокозаводу є лідером на російських ринках і має високий експортний потенціал).  4. Визначення співвідношення рівнів виробництва і споживання молока засвідчило суттєві відмінності у часі та серед регіонів України. У минулому рівні споживання молока на одну особу мали слабкий зв'язок з обсягами його виробництва. У теперішній час така залежність є тісною. У 2007 р. коефіцієнт парної кореляції між цими показниками по областях України дорівнював 0,779, а у 1990 р. лише 0,076. У зв’язку з цим сформувалися значні відмінності у рівнях споживання молока в окремих регіонах. Між заробітною платою в окремих регіонах і рівнем споживання молока зв'язок є зворотнім: коефіцієнт парної кореляції між ними -0,603. Низька залежність пояснюється тим, що більше молока споживають області з низьким рівнем доходів.  5. Маркетингове дослідження регіонального ринку молокопродуктів засвідчило, що у структурі виробництва найбільшу питому вагу мають товари, які користуються найбільш сталим попитом у населення, - кефір, молоко, ряжанка; товарна політика провідних молокозаводів відповідає потребам споживачів, про що свідчить високий рівень купівельності молочних продуктів. Проте підприємства не є високоприбутковими і в умовах ринкової економіки потребують впровадження стратегічно нових маркетингових ідей, заснованих на попередньому аналізі регіонального ринку. Виявлено, що завдяки орієнтації на новостворені супер- і гіпермаркети, кооперації з іншими переробними структурами (хлібокомбінат, пекарні, кулінарії) значно розширюється сегмент ринку підприємств, а за рахунок диференціації асортименту, зокрема дитячої продукції, конкурентоспроможність місцевих виробників молокопродуктів може бути підвищена.  6. Можливості цінового механізму використовуються окремими підприємствами у межах адміністративних районів по-різному, і конкурентні переваги у значній мірі обумовлені рівнем використання підприємством можливостей цінового механізму. За період дослідження відбулося у цілому значне підвищення цін реалізації. Але у 2006 р., незважаючи на зростання витрат, ціни реалізації 1 ц молока у порівнянні з 2005 р. знизилися на 12,2%. У 2007 р., значно підвищилися ціни реалізації молока як по Україні, так і в Запорізькій області (по області на 46,2%). Зміна цінової ситуації значно підвищує привабливість галузі для інвесторів. Разом з тим виявлено значну диференціацію цін реалізації, у тому числі по районах. Є райони зі стабільним підвищенням (Чернігівський), є і такі, де спостерігаються цінові коливання (К-Дніпровський, Куйбишевський).  Аналіз динаміки собівартості молокопродуктів за 1996-2007 р.р. показав зростання цього показника, особливо в останні чотири роки. Протягом досліджуваного періоду проявлялася і зворотна тенденція: собівартість мала схильність до зменшення в усіх регіонах в окремі роки, з найбільшою кількістю випадків зменшення у період з 1998 по 2002 р.р.  Запровадження заходів, спрямованих на удосконалення цінового механізму у двох досліджуваних сільськогосподарських підприємствах Запорізької області, підвищує рентабельність виробництва молока в них відповідно на 13,5 і 17,6 відсоткових пунктів.  7. Апробація різних методичних підходів до визначення показників конкурентоспроможності підприємств засвідчила, що формування конкурентних переваг у значній мірі визначається відмінностями як у в цінах реалізації, так і у собівартості у сукупності. Але дослідженням з’ясовано, що на формування конкурентних переваг у більшій мірі впливає варіація собівартості, ніж цін реалізації. Найбільш оптимальним варіантом є той, що реалізується у підприємствах-лідерах. Кореляційний зв’язок між коефіцієнтами конкурентоспроможності, рентабельності, окупності витрат та собівартістю виявився тісним і зворотнім та між цими коефіцієнтами і ціною - середнім і прямим.  8. Визначення впливу інтенсифікації, спеціалізації, концентрації на результати виробництва засвідчило, що майбутнє галузі молочного скотарства полягає в орієнтації на створення великотоварних підприємств з високим рівнем спеціалізації та всебічною інтенсифікацією виробництва, які сприяють зростанню продуктивності корів в 1,5-2,0 рази і забезпечують прибутковість виробництва. Встановлено, що в досліджуваній групі підприємств регіону підвищення витрат на одну корову дає змогу підвищити рентабельність виробництва молока на 2,7 відсоткових пунктів. Збільшення частки питомої ваги молока в структурі товарної продукції забезпечує зростання рівня рентабельності на 31,4 пункти. А збільшення обсягів виробництва молока в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь - на 23,9 відсоткових пунктів. Усі зазначені процеси в міру наростання їх інтенсивності сприяють зростанню ефективності і, отже, формуванню конкурентних переваг підприємств на регіональному ринку молока.  9. Після вступу України до СОТ формування механізму конкурентних переваг підприємств ускладнюється переважно через низьку якість молочної продукції. Дослідження якості молока, яке виробляється і надходить на переробні підприємства Запорізької області та готової продукції засвідчило невідповідність вітчизняним стандартам і тим паче стандартам ЄС. Стратегія формування конкурентних переваг виробників молокопродукції через покращення її якості передбачає удосконалення системи управління якістю - від виробництва сировини до готових продуктів переробки, що супроводжуватиметься державним контролем і підтримкою. Поліпшення якості молока у підприємствах області з І сорту до вищого дозволить збільшити ціну реалізації молока на 12,5%, з ІІ сорту до вищого - на 33,0%, з негатункового до вищого - на 47,0%. | |