**Малиш Олена Михайлівна. Економічне управління ринковою поведінкою підприємства (на прикладі підприємств вовняної промисловості України) : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К., 2006. — 343арк. : рис., табл. — Бібліогр.: арк. 200-220**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Малиш О.М. Економічне управління ринковою поведінкою підприємства (на прикладі підприємств вовняної промисловості України). – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – «Економіка, організація і управління підприємствами». – Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, 2006.  Дисертація присвячена комплексу теоретичних, методичних і прикладних питань економічного управління ринковою поведінкою підприємства, яке працює в умовах інтенсивної конкуренції на ринку диференційованих товарів.  Досліджено розвиток теорій, присвячених питанням ринкової поведінки підприємства. Запропоновано авторську версію впорядкування понятійного апарату досліджуваної предметної галузі, сформовано базові положення економічного управління ринковою поведінкою підприємств (ЕУРПП). Здійснено аналітичну оцінку стану вовняної промисловості, окреслено її проблеми і перспективи. Проведено діагностику різноманітних аспектів ринків вовняної продукції та ринкової поведінки досліджуваних підприємств, дано критичний аналіз практики управління нею та виділені основні аспекти його вдосконалення, обгрунтовано вибір стратегічних напрямків ринкової поведінки підприємств.  Розроблено ряд методик та моделей ЕУРПП (багатокритеріального обгрунтування товарно-цінової поведінки, управління надходженнями і платежами, управління закупками сировини і матеріалів та інш.), що засновані на ідентифікації та цілеспрямованому використанні впливу об’єктивних економічних закономірностей функціонування підприємства в умовах ринку, та проведено їх апробацію. Запропоновано рекомендації щодо організаційного та інформаційного забезпечення ЕУРПП. | |
| |  | | --- | | У дисертації наведено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення наукового завдання щодо розробки та обгрунтування теоретичних, методичних і прикладних аспектів економічного управління ринковою поведінкою підприємства. Основні висновки та результати, одержані в ході проведеного дослідження, є такими:  1. Міждисциплінарне дослідження різних аспектів поведінки підприємства дозволило уточнити поняття «економічна поведінка підприємства», «ринкова поведінка підприємства», «управління поведінкою підприємства» і дати авторське визначення ЕУРПП як сукупності процесів формування, обгрунтування і застосування підприємством підходів, способів та методів економічного маневрування керованими параметрами діяльності підприємства з метою забезпечення результативності його функціонування в ринковому просторі.  2. Критичний аналіз парадигми «структура-поведінка-результативність» виявив, що в короткостроковому періоді зв’язки складових парадигми неоднозначно детерміновані, однак в тривалому періоді характер взаємовідносин між елементами тріади в цілому сумісний з передбаченнями теорії. Визнано, що довгострокова результативність функціонування підприємства в умовах інтенсивної конкуренції значною мірою залежить від відповідності його поведінки вимогам ринкової структури. Це визначає можливість і доцільність використання базових положень парадигми для формування методології ЕУРПП, і обгрунтовує вибір вітчизняними підприємствами споживчого сектору прибуткових орієнтирів РП як оптимально відповідних монополістично-конкурентній ринковій структурі.  3. На основі системного підходу і синтезу надбань різних економічних дисциплін в дисертації сформовано базові положення ЕУРПП, що визначають предмет, об’єкт, мету, завдання та принципи такого управління, а інструментально-методичний базис ЕУРПП представлений в вигляді логічно пов’язаних структурної, процесної та організаційної схем. Науковим підгрунтям формування базових положень ЕУРПП виступили зовнішні та внутрішні об’єктивні економічні закономірності функціонування підприємства в ринковому просторі (закони попиту, конкуренції, ринкового ціноутворення, спадної віддачі перемінних факторів виробництва тощо), дія яких найбільш впливає на поведінку і результативність підприємства. Ідентифікація напрямків дії, кількісних та якісних характеристик цих закономірностей та врахування взаємних зв’язків між ними дозволили виокремити керовані з боку підприємства фактори впливу на результативні показники і розробити методики та моделі ЕУРПП.  4. Аналіз стану вітчизняної вовняної промисловості засвідчив, що складне і нестабільне економічне положення підприємств зумовлене як об'єктивними чинниками зовнішнього середовища їх функціонування (підсилення конкуренції, зростання цін на матеріально-сировинні ресурси, низька купівельна спроможність споживачів, невідповідна технологічна структура виробництва тощо), так і застосуванням недосконалих форм і методів внутрішньофірмового управління підприємствами. Основні тенденції розвитку ринку вовняних виробів характеризуються стабілізацією попиту, зростанням інтенсивності конкуренції, розширенням присутності товаровиробників на національних та світових ринках та підвищенням вимог їх учасників до умов співробітництва. Результати моделювання попиту на вовняні вироби показали високу чутливість споживачів на всіх ринках до якісно-цінового співвідношення, різноманіття асортименту продукції та високий ступінь замінності окремих груп товарів між собою, що відображає зростаючі вимоги покупців до споживчих характеристик текстильної продукції і значні можливості покращання результативних показників шляхом маневрування керованими параметрами РП.  5. Обмеженість ресурсів і конкурентного потенціалу підприємств вовняної промисловості України визначає те, що ринкова стратегія забезпечення переваг за всіма або більшістю конкурентних характеристик, яка дає абсолютний контроль над ринком, для них є недосяжною та економічно невиправданою. Для них автором запропонована концепція локального ринкового лідерства, яка постулює доцільність досягнення конкурентних переваг в окремих продуктово-географічних сегментах, що відповідає лідерству підприємств та їх продуктів за набором комбінацій декількох конкурентних характеристик. Аргументовано, що з точки зору кращого поєднання ресурсів і можливостей найбільш привабливим для вітчизняних товаровиробників є закріплення в сегменті ринку з якістю продукції вище середньої та вартістю на середньому рівні.  6. Дослідження РП підприємств вітчизняної вовняної промисловості та практики управління нею показали, що в ринковій поведінці підприємств, яка проявляється в виборі товарно-цінових рішень, системи закупок, умов укладання контрактів тощо не спостерігається чіткої тенденції до оптимальності використання ринкових і ресурсних можливостей у відповідності до вимог монополістично-конкурентної структури їх ринків, наслідком чого є нижчі в порівнянні з потенційно можливими показники результативності підприємств.  7. Результати стратегічного аналізу і позиціонування найбільших підприємств вовняної промисловості України свідчать про доцільність застосування ними різного набору стратегій РПП в залежності від специфіки ринків і внутрішнього потенціалу окремого підприємства. Загальним напрямком їх стратегічного розвитку визнано перехід від оборонних до конкурентних стратегій РПП за рахунок вдосконалення насамперед внутрішньофірмового управління, а найбільших стратегічних ринкових переваг можуть здобути ті підприємства, яким вдасться одночасно диверсифікувати ринки, підвищити обсяги збуту продукції і знизити питомі витрати.  8. Виокремлення найважливіших економічних закономірностей, дія яких впливає на результативність функціонування підприємства, визначення якісних і кількісних характеристик цих закономірностей та керованих з боку підприємства факторів впливу на поведінку результативних показників, залучення широкого аналітичного і прогностичного інструментарію багатьох предметних областей економічних знань дозволили запропонувати ряд методик і моделей ЕУРПП (багатокритеріального обгрунтування товарно-цінової поведінки, управління надходженнями і платежами, управління закупками сировини і матеріалів та інш.), використання яких дозволяє комплексно передбачати маркетингові, виробничі та фінансово-економічні наслідки РПП, і тим самим оптимізувати спосіб ринкових дій у відповідності до поставлених стратегічних цілей та обмежень середовища підприємства. Практична апробація методичних рекомендацій свідчить про високі можливості зростання доходності, прибутковості і попередження збитків підприємств.  9. В роботі наголошено, що ЕУРПП має здійснюватися як цілеспрямований, постійний і послідовний процес, реалізація якого забезпечує довгострокову результативність функціонування підприємства в умовах складного і швидко мінливого ринкового середовища. Запропоновано рекомендації щодо побудови цілісної системи організаційного та інформаційного забезпечення ЕУРПП, ідентифіковано і впорядковано на науковій основі його процеси та процедури. Пропоновані рекомендації доведено до розробок організаційних структур і визначення функцій підрозділів досліджуваних підприємств. | |