**Ткаченко Ольга Миколаївна. Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України. : Дис... канд. наук: 08.00.04 – 2007**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Ткаченко О.М. „Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України”. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (харчова промисловість). – Національний університет харчових технологій, Київ, 2007.  Дисертація присвячена вирішенню наукових і прикладних завдань визначення організаційно-економічних основ підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості. У дисертації сформульовані і обґрунтовані теоретико-методичні основи конкурентоспроможності підприємств і шляхи її підвищення. Здійснено оцінку конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України. Як один з факторів конкурентоспроможності підприємств визначено найвдаліші бренди кондитерської промисловості. Запропоновано конкурентні стратегії розвитку підприємств на основі оцінки їх внутрішнього та зовнішнього середовищ. Визначено основні напрями державної політики щодо підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах глобалізації економіки. | |
| |  | | --- | | Дисертаційна робота спрямована на розв’язання важливої економічної проблеми – підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України. В роботі узагальнюються і розвиваються питання щодо оцінки, підвищення та зміцнення конкурентоспроможності підприємств шляхом підвищення конкурентоспроможності продукції, вдосконалення стратегій розвитку підприємств, проведення брендінгу та організації ефективних взаємовідносин з державними органами щодо зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.  Проведене дослідження дозволило зробити ряд висновків, основні з яких зводяться до наступного:  1. Ґрунтовний аналіз розвитку кондитерської промисловості України за останні роки дав можливість визначити та узагальнити подальший розвиток кондитерської промисловості, який полягає в перетворенні ринку з олігополістичного типу на монополістичний. Цей процес відбувається в результаті горизонтальної інтеграції підприємств шляхом об’єднання та поглинання. Обґрунтовано, що такий розвиток кондитерської промисловості є негативним, оскільки супроводжується значною концентрацією галузі, жорсткістю конкурентної боротьби та примусовим усуненням з ринку більш слабких виробників.  2. Оцінка рівнів конкурентоспроможності найбільших виробників кондитерської промисловості проводилася в роботі на основі удосконаленої методики оцінки конкурентоспроможності підприємств, яка базувалася на одночасному використанні декількох методів, а саме: структурного, функціонального, графічного та методу експертних оцінок. Результати розрахунків показали, що, окрім лідерів галузі, які є найбільш конкурентоспроможними на ринку - Корпорація „Roshen”, ЗАТ „А.В.К.” та ЗАТ „ВО „Конті”, також конкурентоспроможними виступають ЗАТ „Крафт Фудз Україна”, ЗАТ „Світоч”, ЗАТ „Житомирські ласощі” та інші виробники.  3. Обґрунтовано, що одним із шляхів забезпечення належної якості та безпеки продукції та донесення до споживачів впевненості в цьому є сертифікація системи управління якістю та безпекою харчової продукції. Готова продукція підприємств кондитерської промисловості України сертифікується в системі міжнародних стандартів ІSO 9001 шляхом ресертифікації на відповідність їй сертифікованої раніше продукції в системі ДСТУ. Система із забезпечення якості продукції НАССР, в основі якої лежить оцінка небезпек, які можуть впливати на харчовий продукт, майже не використовується підприємствами кондитерської продукції. В дослідженні обґрунтована необхідність впровадження системи НАССР, що зумовлена тенденціями розвитку міжнародної торгівлі та вимогами споживачів до безпеки продуктів харчування.  4. Узагальнено та удосконалено організаційні підходи стратегічного планування як невід’ємної складової процесу стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств. Визначення та обґрунтування стратегічних альтернатив подальшого розвитку підприємств з метою зміцнення їх конкурентоспроможності базувалося на їх групуванні у трьох групах за декількома факторними ознаками. Це дало змогу запропонувати напрямки розвитку окремо для великих корпорацій, спеціалізованих фабрик та малих за розмірами виробників.  5. Обґрунтовано, що одним із етапів проведення стратегічного планування з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств, є удосконалення організаційної структури підприємств шляхом переходу від лінійної до функціональної структури, підвищення у статусі відділів планування та науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, використання елементів регіональної організаційної структури, збільшення кількості допоміжного персоналу.  6. Обґрунтовано, що одним із способів підвищення конкурентоспроможності та ринкової частки для підприємства є використання вдалого та успішного бренду. Досліджено, що найефективніший бренд кондитерської продукції взагалі та в сегментах цукерок й продукції преміум-класу має Корпорація „Rоshen”. В сегменті шоколадних виробів найбільш ефективне просування бренду здійснює ЗАТ „Світоч”, а в сегменті печива – ВО „Конті”.  7. Розроблено перцепційні портрети провідних виробників кондитерської продукції, які дають можливість визначити ступінь довіри споживачів до вітчизняних брендів кондитерської продукції. Виявлені в ході дослідження результати свідчать про те, що в уяві пересічного споживача Корпорація „Roshen” є насамперед виробником тортів та шоколадних цукерок, ЗАТ „АВК„ – різних видів цукерок, ВО „Конті” – печива, ВАТ „Крафт Фудз Україна” та ЗАТ ”Світоч” – шоколаду та шоколадних цукерок.  8. Узагальнено та впорядковано напрями реалізації заходів щодо зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств кондитерської промисловості в умовах глобалізації економіки, які мають проводитися із залученням державних органів в цій сфері. Запропоновані напрями мають на меті зміцнити конкурентоспроможність підприємства та всієї економіки України на міжнародному ринку. | |