**Хворост Тетяна В'ячеславівна. Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств : Дис... канд. наук: 08.00.04 – 2009**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **ХворостТ.В. Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств.**– Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Сумський національний аграрний університет, Суми, 2009.  У роботі досліджено організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств, здійснено теоретичне узагальнення та запропоновані нові підходи щодо підвищення конкурентоспроможності, які базуються на поглибленні сутності механізму формування конкурентоспроможності підприємств, її комплексній оцінці.  Впершеобґрунтовано методику оцінки конкурентоспроможності товару на основі використання елементів теорії комплексного змінного та побудовано лінійну модель товарної лінії і виведено рівняння, що дає можливість обґрунтовано прогнозувати ціну товару, що належить до товарної лінії та з яким підприємство планує виходити на ринок, в залежності від рівня його якості. Удосконалено механізм формування конкурентоспроможності підприємства, до якого, на відміну від існуючих, включено механізм формування конкурентоспроможності товару і в якому враховується специфіка продовольчого товару з позиції бачення його споживачем, отримане автором на основі проведеного опитування. | |
| |  | | --- | | У дисертаційній роботі на основі проведених досліджень здійснено розв’язання важливого науково-практичного завдання щодо організаційно - економічних основ підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств, які базуються на посиленні значення інноваційної діяльності, реалізації системи управління якістю та безпечністю продукції на молокопереробних підприємствах, формування та функціонування механізму її підвищення, методів оцінки.  Проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки:  1. Здійснене нами узагальнення теоретико-методичних засад механізму формування конкурентоспроможності показали, що більшість науковців здійснює вивчення питань щодо формування конкурентоспроможності відокремлено товару та підприємства. Виконані дослідження дозволяють зробити висновок про нерозривність цих понять. За результатами проведеного соціологічного опитування автором встановлено, що головними складовими конкурентоспроможності товару, які впливають на вибір споживача є: якість, ціна, часові фактори (дата виготовлення, строк реалізації) та імідж виробника. Отримані результати стали основою для розробки механізму формування конкурентоспроможності молочних товарів з позиції споживача, який, віддаючи перевагу тому чи іншому товару, формує його конкурентоспроможність і, відповідно, зумовлює підвищення конкурентоспроможності підприємства. Тому ми включили його до механізму формування конкурентоспроможності підприємства.  2. Опрацьовано та апробовано методичні підходи щодо оцінки конкурентоспроможності обраних молокопереробних підприємств Сумської області, зважаючи на кількісний та якісний склад показників, що застосовувалися в кожній методиці, встановлено, що для оцінки конкурентоспроможності молокопереробних підприємств найбільш доцільно використовувати комплексну оцінку, що містить показники конкурентоспроможності виробу, імідж підприємства, ефективності маркетингової діяльності, ефективності менеджменту, фінансовий стан підприємства, рентабельність продаж та ринкову частку.  3. Зважаючи на те, що останнім часом питання низької якості та безпечності продукції привертають до себе все більше уваги, а відсутність дієвої системи управління якістю та безпечністю продукції на виробництві, а також невпорядкованість системи стандартизації та сертифікації спричиняють те, що споживання неякісної продукції завдає шкоди населенню, зроблена спроба обґрунтувати методичний підхід розрахунку шкоди, що потенційно може бути завдана споживанням неякісної молочної продукції. Нами визначено, що близько 3,7 тис. чол. щорічно потенційно можуть захворіти від споживання неякісної продукції, виробленої тільки молокопереробними підприємствами Сумської області.  4. Доведено, що обов’язковою основною передумовою розвитку конкурентоспроможності молокопереробних підприємств за умов розширення їх зовнішньоекономічної діяльності є якісна та безпечна продукція, тому контроль за якістю має проводитися на постійній основі, що досягається створенням на молокопереробних підприємствах відділу управління якістю та безпечністю продукції. Робота відділу управління якістю та безпечністю продукції має здійснюватися у напрямках: створення високої санітарно-гігієнічної культури виробництва; контролю за чіткою організацією виробничих процесів, дотримання технічних регламентів та виробничої дисципліни; організації ланцюжка контролю сировина готова продукція, враховуючи всі етапи контроль попередній поточний заключний; контроль за дотриманням державних нормативних актів; виконання системи НАССР - аналіз ризиків та контроль в критичних точках.  5. Задля підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств, з метою утримання їх конкурентних переваг та збереження позицій суб’єкта внутрішнього ринку, конкуренція на якому з підвищенням відкритості економіки України досягає міжнародного рівня, а також здатності конкурувати на ринках інших країн, розроблено організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємств молокопереробної промисловості, який, на відміну від існуючих, заснований на розробленій автором моделі вагів прийняття управлінських рішень щодо вироблення якісної чи фальсифікованої продукції з виділенням причин (передумов), що зумовлюють вибір рішення. Основними мотивами вироблення якісної продукції є: підвищення рівня конкурентоспроможності, імідж торгівельної марки, вихід на зовнішні ринки (збільшення обсягів експорту), турбота про здоров’я споживача, необхідність конкурування з імпортними аналогами на внутрішньому ринку. Фальсифікована продукція виробляється задля: збільшеня прибутку, зниження собіварьості, через нестачу якісної сировини, жагу до наживи та для зростання обсягів реалізації.  За умови прийняття суспільно позитивного рішення запропоновано ряд організаційно-економічних форм, методів, важелів, що забезпечують підвищення конкурентоспроможності підприємства, а при негативному рішенні пропонується здійснювати контроль через державні органи, громадські організації та незалежні лабораторії для аналізу молочної продукції.  6. За допомогою розробленої методики оцінки конкурентоспроможності товару на основі використання елементів теорії комплексного змінного та побудованої лінійної моделі товарної лінії визначено конкурентоспроможність сирів марки «Російський» обраних виробників Сумської області та визначено, що найбільш конкурентоспроможним на ринку є сир виробництва філії «Охтирський сиркомбінат», співвідношення ціни та якості якого найбільш задовольнили потреби споживачів.  Отримане рівняння дає можливість обґрунтовано прогнозувати ціну товару, що належить до товарної лінії та з яким підприємство планує виходити на ринок, в залежності від рівня його якості. Так, якщо виробник пропонує сир марки «Російський» з якісними характеристиками, оціненими експертами на 3,7 бала, то його орієнтовна ціна складе 41,5 грн.  7. Досліджено вплив здійснення молокопереробними підприємствами Сумської області інноваційної діяльності на їх конкурентоспроможність. За допомогою багатофакторної кореляційно-регресійної моделі проведено аналіз кількісного впливу основних чинників на конкурентоспроможність молокопереробних підприємств, та побудовано множинну регресійну модель, яка дає змогу зробити висновок, що з врахованих факторів найбільший вплив на конкурентоспроможність мають витрати на маркетинг та рекламу інноваційних продуктів та обсяг реалізованої інноваційної продукції. Зокрема, підвищення витрат на маркетинг молокопереробних підприємств області на одиницю призведе до підвищення коефіцієнта на 1,6 пункта; підвищення ж обсягів реалізації інноваційної продукції збільшує коефіцієнт конкурентоспроможності на 0,07 пункта, збільшення фінансування інноваційної діяльності – на 0,02 пункта.  Застосування цієї моделі дозволило розрахувати поваріантний прогноз рівня показника конкурентоспроможності молокопереробних підприємств на 2012 р. Результат дає змогу очікувати підвищення рівня даного показника з 8,69 до 13,8, що може бути забезпечено підвищенням фінансування інноваційної діяльності до 30 млн. грн., витрат на маркетинг до 2,1 млн. грн. та зростанням обсягів реалізації інноваційної продукції до 150 млн. грн. | |