



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили

Кафедра економіки підприємства

Мала Катерина Юріївна

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

АВТОРЕФЕРАТ
дипломної роботи на здобуття

ступеня вищої освіти магістр
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність»
за освітньо-професійною програмою «Економіка та управління
підприємством»

Науковий керівник:
к. е. н., доц. Семенчук І. М.

Рецензент:
д. е. н., проф. Великий Ю. В.

Миколаїв 2019

Магістерська робота є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі економіки підприємства Чорноморського національного університету імені Петра Могили Міністерства освіти і науки України.

Керівник роботи:

кандидат економічних наук, доцент
Семенчук Ірина Миколаївна,
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили

Рецензент:

доктор економічних наук, професор
Великий Юрій Володимирович
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили

Захист відбудеться «19» лютого 2019 р. о 10⁰⁰ годині на засіданні екзаменаційної комісії у Чорноморському національному університеті імені Петра Могили за адресою: 54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10, аудиторія 10-314 .

З магістерською роботою можна ознайомитись у бібліотеці Чорноморського національного університету імені Петра Могили (54003, м. Миколаїв, вул. Десантників, 10).

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. На сучасному етапі економічного розвитку, проблема зниження конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості займає центральне місце в економіці держави. Трансформаційні процеси, що відбуваються, супроводжуються невизначеністю, що вимагає суттєвих змін і вдосконалень в мікро- та макросередовищі підприємств харчової промисловості. При цьому важливим завданням є підвищення купівельної спроможності населення, а тому й скорочення споживання харчових продуктів. Таким чином, дана проблема заслуговує особливої уваги в умовах жорсткої конкурентної боротьби на нестабільному ринку.

Дослідженню проблеми формування конкурентоспроможності присвячено велику кількість наукових праць вчених, а саме: Т. М. Барбаріч, М. М. Бердар, Шарко М.В., І. А. Золотих, Коваленко К. С. та інші. Проте формування конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості залишаються недостатньо дослідженими і вимагають пошуку нових шляхів забезпечення конкурентних позицій національних виробників продовольства.

Об'єктом дослідження є процес підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні основи конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є узагальнення теоретично-методологічних основ, аналіз конкурентних позицій підприємств харчової промисловості і обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Відповідно до поставленої мети сформовані завдання дослідження серед яких:

- узагальнити теоретико методологічні основи конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості;

- розглянути концептуальні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості;
- проаналізувати конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості;
- розробити рекомендації, щодо підвищення конкурентоспроможності на підприємстві харчової промисловості;
- обґрунтувати стратегії розвитку підприємств харчової промисловості.

Методи дослідження. В ході дослідження було використано основні загальнонаукові методи, а саме: метод екстраполяції (при узагальненні теоретико-методологічних основ конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості), економіко-математичний та статистичний методи (при аналізі конкурентних позицій підприємств харчової промисловості), метод «Гексоген потенціалу» (при аналізі конкурентоспроможності консервного заводу ФГ «Владам»), інтуїтивні методи: метод експертних оцінок (при обґрунтуванні рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності консервного заводу ФГ «Владам», графічні й табличні методи (при упорядковуванні даних і побудові графіків).

Наукова новизна отриманих результатів. Основні результати, які були отримані в процесі вирішення поставлених завдань та становлять наукову новизну дослідження, полягають у наступному:

удосконалено:

- концептуальні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості;
- системні підходи управління конкурентоспроможності;

проаналізовано:

- конкурентні позиції підприємств харчової промисловості України;

розроблено:

- рекомендації, щодо підвищення конкурентоспроможності консервного заводу ФГ «Владам».

Практичне значення результатів виконання роботи полягає в тому, що на базі теоретичних положень та концептуальних підходів оцінки конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості, розроблено низку рекомендацій, що дозволять здійснити підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

Апробація матеріалів магістерської роботи. Результати дослідження доповідались на Всеукраїнській щорічній науково-методичній конференції «Могилянські читання – 2018: Досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальні, національний та регіональні аспекти» м. Миколаїв, 2018р. - 13-17 листопада Чорноморський національний університет імені Петра Могили.

Структура і зміст роботи. Основний зміст роботи викладено на 83 сторінках друкованого тексту. Робота містить 13 таблиць, 7 рисунків. Список використаних джерел налічує 79 джерел.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі розкриваються сутність та стан наукової проблеми, її значимість; обґрунтовано необхідність проведення дослідження, його актуальність; сформульовано мету і задачі дослідження, наукову новизну та практичне значення отриманих результатів.

У першому розділі – «Теоретико-методичні основи конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості» визначається сутність понять «конкурентоспроможність», «конкуренція», а також досліджено поняття з точки зору наукових підходів різних авторів, розкриваються концептуальні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості та системний підхід управління конкурентоспроможністю підприємств. Конкурентоспроможність – порівняльне поняття, яке характеризує наскільки синтез показників діяльності підприємства, від яких залежить його майбутній успіх, переважає над аналогічною сукупністю конкурентних фірм; це можлива або вже втілена у життя здатність конкретного суб'єкта функціонувати у релевантному середовищі, і характеризує

його конкуренту позицію. Конкурентні переваги закладаються економічними, технічними, виробничими, організаційними, управлінськими галузями роботи підприємства. Таким чином, конкурентоспроможність – один з найбільш важливих показників, за допомогою можна оцінити стан суб'єкта господарювання, визначити його потенціал для подальшої роботи і досягнення поставлених цілей.

Удосконалення теоретико-методологічних засад сутності конкурентоспроможності потенціалу підприємства за умови глобалізації середовища створює необхідність подальших системних наукових досліджень. Головними цілями за цих умов є формування концепції оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства при трансформації умов економіки в сучасному ринковому середовищі. Концепція оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства складена за методами дослідження об'єктів як системи, що може характеризуватися зовнішнім середовищем і внутрішньою структурою. Внутрішня структура концепції підприємства визначається сукупністю упорядкованих компонентів системи. На завершенні концепція оцінки конкурентоспроможності формується методика оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства при ринковому середовищі.

Конкурентоспроможність підприємства, як об'єкт управління, може бути описана переліком параметрів, що складені для визначення закономірних явищ та можливих шляхів розвитку процесів. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства передбачає розгляд об'єкта управління як цілісної моделі та необхідність забезпечення взаємозалежності всіх її складових

Значення системного підходу в управлінні конкурентоспроможністю підприємства полягає в можливості цілком оцінити конкурентоспроможність підприємства харчової промисловості, його систему управління як загалом, так і на рівні окремих конкурентних переваг, зробити аналіз будь-якої ситуації в межах окремої системи, що розглядається, виявити ступінь та характер проблеми.

У другому розділі – «Аналіз конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості» проведено аналіз конкурентних позицій підприємств харчової промисловості України та конкурентоспроможність товарів харчової промисловості.

Аналіз показників динаміки виробництва головних видів продукції харчової промисловості у 2011-2017 рр. свідчать про значне підвищення об'ємів виробництва олій та тваринних жирів, які є основними продуктами експорту товарів харчової промисловості у 2017 р. У складі харчової промисловості України налічується 22 тис. підприємств, які повністю забезпечують потребу населення країни. Майже 20% вироблених молочних продуктів Україна експортує, а також 50% - кондитерських виробів, 85% - соняшникової олії. Харчова промисловість України - стратегічно важлива складова, так як підприємства даної галузі формулюють продовольчу безпеку країни, забезпечуючи населення країни необхідними продовольчими товарами, витрати на споживання яких складають більше 60 % загальних грошових витрат населення. Головною метою підприємств харчової промисловості є соціальне значення продукції, яка випускається. Галузева структура харчової промисловості України є досить розвиненою. Провідні галузі: м'ясна, молочна, олійно-жирова, борошномельно-круп'яна, хлібопекарська, цукрова, кондитерська та спиртова, які представлені понад 22 тис. великими, середніми і малими підприємствами різних форм власності, та виробляють майже 20 % від загального обсягу промислової продукції.

Проведено аналіз конкурентоспроможності консервного заводу ФГ «Владам». Аналіз конкурентних переваг консервного заводу ФГ «Владам» проводився ґрунтуючись на показниках: ресурсний, інвестиційний, маркетинговий, організаційний, інноваційний та виробничий вид потенціалу підприємства. Ранг підприємства було визначено залежно від рейтингу показника ресурсного, інвестиційного, маркетингового, організаційного, інноваційного і виробничого виду потенціалу. В результаті аналізу було складено діаграму, що характеризує потенціал підприємства. Розрахунок конкурентоспроможності оптимального потенціалу підприємства показує рівень індикаторів видів потенціалу в стратегії адаптивної реструктуризації. Оцінка сценаріїв конкурентоспроможності потенціалу підприємства визначає її оптимістичні і песимістичні варіанти. Ефективність оптимізації потенціалу підприємства розраховують в відносному виразі в коефіцієнтах ефективності.

Проаналізовано конкурентоспроможність товару харчової промисловості. Так як за аналізом встановлено, що Україна експортує продукцію найбільше рослинного походження. На сучасному етапі Україна має достатньо значимі переваги природних та виробничих характеристик, що дозволяє оптимістично оцінювати результати перебування України в світовому господарському просторі. Світовий досвід свідчить, про те що успішно на міжнародних ринках функціонують країни, які постачають продукцію з значним відсотком доданої вартості. На другому та третьому ярусах світового ринку торгівля найбільш вигідна та перспективна. За невеликим винятком, Україна постачає продукцію переважно на нижчому ярусі, що є досить небезпечно, адже це може спричинити коливання попиту і ціни, погіршення умов торгівлі.

У третьому розділі – «Шляхи підвищення конкурентоспроможності на підприємствах харчової промисловості» розроблені рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності консервного заводу ФГ «Владам». З усіх пропонованих рекомендацій було обрано: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції; покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат. Запропоновано використання організаційно-економічної моделі управління конкурентоспроможністю консервного заводу ФГ «Владам», яка заснована на комплексному механізмі реалізації його конкурентних переваг, а також впровадження програми забезпечення конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі харчової промисловості, яка розкриває складові довгострокового курсу розвитку та його стратегічні наміри вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу тощо.

Обґрунтована стратегія розвитку підприємств харчової промисловості. Ефективна діяльність суб'єкта господарювання повинна ґрунтуватись на формуванні альтернативної стратегії розвитку, яка надасть можливість гнучко реагувати на зміни ринкової ситуації, допоможе підприємству обрати свій раціональний шлях розвитку, буде спрямованою на покращення конкурентного середовища та стабільності в економіці. Стратегія розвитку підприємства забезпечує

оптимізацію довгострокової норми прибутку зміцнення конкурентних позицій підприємства, максимальну віддачу від капіталовкладень та задоволення потреб клієнта, а також більш ефективне використання матеріальних ресурсів підприємства. Стратегія розвитку харчової промисловості спрямована на підвищення конкурентоспроможності харчової галузі та отримання додаткового доходу від її діяльності. Відповідно до цього стратегія розвитку харчового підприємства повинна бути спрямована на розширення сфери діяльності цього підприємства з метою отримання додаткового прибутку. У такому випадку вона виступає не лише як інструмент постановки та реалізації цілей, але і як засіб підприємства із зовнішнім ринковим середовищем.

ВИСНОВКИ

1. За статистикою останніх років, більшість українських підприємств не здатні цілісно вивчити ринок і побажання клієнтів та виготовити продукт, якого вони вимагають. Це призвело до того, що конкурентоспроможність національних виробників поступово падає, внаслідок чого останні зазнають збитків. «Конкуренція» та «конкурентоспроможність» - два тісно пов'язані поняття, адже пріоритетність підприємства на ринку напряму залежить від рівня попиту товарів інших виробників. Конкуренція – це процес суперництва на ринку між товаровиробниками, що зацікавлені в досягненні одних і тих же цілей. Звідси, конкурентоспроможність являє собою здатність підприємства випускати продукцію, що може конкурувати на ринку аналогічних товарів.

2. Концепція оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства будується за методами пізнання об'єктів, які характеризуються зовнішніми чинниками, та внутрішніми процесами. Концепція забезпечення потенціалу підприємства створюється після того, як було проаналізовано рівень індикаторів конкурентних переваг, прогностні показники і оптимальний рівень потенціалу підприємства та було вибрано стратегію адаптивної реструктуризації підприємства.

3. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства включає розгляд об'єкта управління як цілісну структуру та вагомість взаємозв'язку

всіх елементів. Запропоновані системи управління конкурентоспроможністю підприємства засновані на виділенні проблемного контуру управління підприємствами та несе цільовий характер. Система цілком може поєднуватися з класичною моделлю управління підприємством, дозволить своєчасно відреагувати на зміни у зовнішньому й внутрішньому середовищах та забезпечувати високий рівень адаптованості підприємств на його динамічні відповідності між його потенціалом та ринковими позиціями.

4. Протягом останніх років відбулось збільшення обсягів виробництва в харчовій промисловості та підвищення економічних показників виробничо-господарської діяльності підприємств, однак посилились прояви недобросовісної конкуренції та монопольної влади. Звідси можна зробити висновок, що сьогодні посилення концентрації виробництва є об'єктивним, та закономірним процесом, який створює умови для модернізації харчових підприємств.

5. Проаналізувавши конкурентоспроможність консервного заводу ФГ «Владам» можна зробити висновок, що потенціал підприємства характеризується неправильною формою і незбалансованим управлінням. Проте, показники досить високі, що забезпечує конкурентні переваги підприємству.

6. Головною конкурентною перевагою українських експортерів на світовому ринку є ціна. Але для підвищення конкурентоспроможності ціни товаровиробникам України слід опиратись на внутрішні ціни на енергоресурси та сировину на рівні 70-80% світових а на оплату праці – на рівні 30-40%. Структурне зіставлення експортних груп різних країн показує найкраще вираження сировинного характеру в Україні та зернового експорту. Доцільно в цій сфері вживати рішучі дії щодо збільшення виробництва та експортну пропозицію товарів. Це дозволить підвищити рівень довіри України у світі, та покращити мотивацію міжнародних компаній у функціонуванні продовольчого ринку.

7. Сучасні економічні відносини вимагають підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств, оскільки необхідне негайне реагування на зміни в господарській ситуації з метою підтримання стабільного фінансового стану. Саме тому одним із найважливіших питань є підвищення ефективності

використання сучасних інструментів у процесі забезпечення конкурентоспроможності на ринку виробництва продуктів харчової промисловості. Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є: підвищення якості управління, удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем, упровадження (проведення) стратегічного маркетингу "виходу" і "входу" організації, удосконалення організації інноваційної діяльності, упровадження нових інформаційних технологій та розвиток тактичного маркетингу.

8. На сучасному етапі розвиток – це одна з найважливіших категорій економіки, оскільки розвиток підприємства, його структура та продукт є фактором підвищення ефективності, досягнення беззбиткового рівня діяльності. Узагальнюючи вище досліджувані поняття, можна зробити висновок, що стратегія розвитку підприємства базується на розумінні розвитку як процесу якісних змін та перетворень у діяльності підприємства у зв'язку з необхідністю розв'язання існуючих протиріч, а стратегії – як способу та напрямку розвитку. Отже, зміни – це основа розвитку, а стратегія – це розроблений план розвитку. Проблематику визначення стратегії розвитку підприємства не можна вважати вичерпаною. Для конкретизації її сутності необхідні глибші дослідження питання умов, механізмів та принципів розвитку, вирішення яких дасть змогу більш точно встановити сутність та зміст стратегії розвитку підприємства, а також забезпечити умови для його практичної реалізації.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

1. Мала К.Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності на підприємствах харчової промисловості / К.Ю. Мала// Науковий журналі «Агросвіт». – 2019. – №4.

АНОТАЦІЯ

Мала К.Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за спеціальністю 076 «Підприємництво, біржова діяльність і торгівля» – 2019.

У сучасному світі неможливо уявити відсутність конкуренції. Економічні процеси не стоять на місці, через що, кожне підприємство, під впливом конкурентів, має своєчасно адаптуватися до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищах. За статистикою останніх років, більшість підприємств харчової промисловості не здатні комплексно дослідити ринок і це призводить до того, що конкурентоспроможність національних виробників поступово падає, внаслідок чого зростають збитки. Одним з найважливіших питань є підвищення ефективності використання сучасних інструментів у процесі забезпечення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. Розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства стає основним завданням. Даній роботі обґрунтовано основні проблеми зниження конкурентоспроможності підприємств та шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємств харчової галузі, формування конкурентних переваг, чинники впливу, продовольча сфера, конкурентна позиція.

SUMMARY

Mala K. Ways to improve the competitiveness of food industry enterprises. - Manuscript.

Research for Master Degree on specialty 076 "Entrepreneurship, stock market activity, trading " - 2019.

In the modern world it is impossible to imagine a lack of competition. Competition is one of the essential and necessary tools of a market mechanism, despite the fact that the configurations themselves are not equal in different markets and in individual market situations. Economic processes are not in place, which means that each enterprise, under the influence of its competitors, must be able to adapt timely to changes in the internal and external environment. According to statistics of recent years, most food industry enterprises are not able to comprehensively explore the market and this leads to the fact that the competitiveness of national producers is gradually falling, resulting in increased losses. Competition, including economic ones, means competition between firms and companies in the market of production and sales of goods and services. The objectives of competition, economic and commercial activities of the organization as a whole - is the extraction as a result of its activities of effective profits. One of the most important issues is to increase the efficiency of using modern tools in the process of ensuring the competitiveness of food industry enterprises. For economic stability, any enterprise needs to thoroughly plan for effective development, which requires a systematic approach and a significant set of organizational, economic, managerial and technological measures, as well as the accumulation of necessary information about their own capabilities and prospects. Development of measures to improve the competitiveness of the enterprise becomes the main task. To develop these measures, careful study of the economic category of competitiveness, its features and characteristics. The lack of the necessary theoretical and practical knowledge of a complex mechanism for ensuring the competitiveness of the food industry often leads to serious miscalculations in establishing prices, which in some cases leads to substantial losses, and sometimes to bankruptcy of enterprises. The article substantiates the main problems of reducing the competitiveness of enterprises and ways to increase the competitiveness of food industry enterprises. All these measures should be aimed at solving this problem by reducing the competitiveness of food industry enterprises, strengthening their position in the market, achieving sustainable development through the creation and maintenance of competitive advantages.

Keywords: competitiveness of food industry enterprises, formation of competitive advantages, factors of influence, food sphere, competitive position.