

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Зайцева Надія Олександрівна

УДК 338.439:339.137.2

**ЕКОНОМІЧНЕ ВИМІРЮВАННЯ РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Одеса – 2013

Дисертацією є рукопис

Робота виконана в Одеському національному економічному університеті
Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
Бабій Олег Миколайович,
Одеський національний економічний університет,
доцент кафедри економіки підприємства

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Зайнчковський Анатолій Олександрович,
Національний університет харчових технологій (м. Київ),
завідувач кафедри прикладної економіки

кандидат економічних наук
Карпінська Ганна Володимирівна
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних
досліджень НАН України (м. Одеса),
старший науковий співробітник відділу розвитку
підприємництва

Захист дисертації відбудеться «___» _____ 2013 р. о ___ годині на
засіданні спеціалізованої вченої ради Д.41.055.01 в Одеському національному
економічному університеті за адресою: 65082, м. Одеса, вул. Преображенська, 8,
ауд. 217.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Одеського національного
економічного університету за адресою: 65082, м. Одеса, вул. Преображенська, 8,
ауд. 211.

Автореферат розісланий «___» _____ 2013 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

А. І. Ковальов

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Конкурентоспроможність підприємства є одним з найбільш актуальних для розгляду і вивчення економічних явищ. Сучасна економіка не залишає шансів для існування підприємству, що не звертає уваги на дії як найближчих конкурентів, так і тих, хто входить або може увійти на ринок країни чи її регіону, долаючи державні кордони. Не є винятком і виноробні підприємства півдня України.

Найчастіше результати вивчення стану конкуренції і конкурентоспроможності подаються до розгляду керівників підприємств у вигляді професійних думок експертів з певного питання. Однак важливою уявляється можливість здійснювати кількісне вимірювання конкурентоспроможності з метою визначення резервів її підвищення і прогнозування результативного показника, що дозволить своєчасно реагувати на негативні зміни у функціонуванні підприємства.

Теоретичні і практичні проблеми конкурентоспроможності підприємств та її резервів, а також методи їх вимірювання і аналізу розглядалися багатьма науковцями. Разом з тим, в даній сфері існує достатня кількість дискусійних питань.

Внесок в дослідження теоретичних проблем конкуренції та конкурентоспроможності підприємства зробили А. Сміт, Й. Шумпетер, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін, М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Ф. Котлер, К. Макконнелл, С. Брю, Ф. Найт, А. М. Брандербургер, Б. Дж. Нейлбафф, Г. Л. Азоєв, А. Ю. Юданов, А. О. Заїнчковський, С. І. Савчук, Р. А. Фатхутдінов, Н. С. Педченко, О. С. Шнипко та ін.

Розгляду практичних питань дослідження конкурентоспроможності промислових підприємств присвятили свої праці Г. Л. Азоєв, І. З. Должанський, Т. О. Загорна, Г. В. Карпінська, Х. А. Фасхієв, О. М. Тридід, Н. П. Тарнавська, Г. О. Соколюк, С. В. Позняк та ін.

Методи вимірювання та аналізу конкурентоспроможності підприємства та резервів її підвищення досліджували В. Є. Реутов, І. В. Нагорна, Л. А. Дробишева, О. Г. Янковий, А. І. Акмаєв, В. А. Белошапка, Я. А. Бутенко, В. П. Мартиненко та ін.

Зазвичай більшість підходів до вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності має суб'єктивний характер: значною мірою їх використання перебуває під впливом кваліфікації та досвіду експертів. Відтак виявленню вказаних резервів у вітчизняних підприємств бракує наукового обґрунтування, наявний інструментарій не здатний задовольнити вимоги сьогодення. Вказані недоліки тягнуть за собою недостатнє обґрунтування управлінських рішень з розробки конкурентної стратегії промислових підприємств, а тому відбувається падіння ефективності їх діяльності.

Таким чином, необхідність вирішення вказаних проблем теорії конкурентних відносин і методичних підходів до вимірювання конкурентоспроможності підприємств визначила вибір здобувачем теми, мети і завдань дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. У дисертаційному дослідженні використані матеріали, зібрані автором у межах виконання НДР «Чинники та шляхи посилення конкурентоздатності і підвищення ефективності роботи підприємств в галузях народного господарства України» в Одеському національному економічному університеті (державний реєстраційний номер 0107U011413), де здобувачем обґрунтовано методичний підхід до вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств.

Мета і завдання дослідження. Метою даної дисертаційної роботи є розробка теоретико-методичного підходу до здійснення економічного вимірювання конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості та ідентифікації резервів її підвищення.

Для досягнення визначеної мети в дисертації поставлено і вирішено такі завдання:

- узагальнити підходи щодо сутності термінів, які використовуються в процесі дослідження конкурентоспроможності підприємств;
- надати визначення і класифікувати резерви підвищення конкурентоспроможності підприємств;
- дослідити сутність, переваги і недоліки наявних методів вимірювання конкурентоспроможності підприємств та її резервів, розробити методіку економічного вимірювання і аналізу резервів підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств;
- вивчити стан виноробної галузі України, зокрема її південного регіону (Одеської, Миколаївської, Херсонської областей та АР Крим);
- здійснити інтегральну оцінку привабливості ринку з використанням показників, які визначають вплив динаміки, концентрації ринку і рентабельності галузі;
- провести вимірювання та аналіз конкурентоспроможності виноробних підприємств півдня України у 2004 – 2011 рр. та резервів її підвищення на базі послідовного поєднання комплексних (інтегральних), матричних та багатовимірних методів;
- обґрунтувати використання напрямків та шляхів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств.

Об'єктом дослідження є процеси функціонування і взаємодії підприємств харчової промисловості.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти ідентифікації і аналізу конкурентоспроможності підприємств, підвищення якої відбувається за врахування наявних резервів.

Методи дослідження. При побудові логіки та структури роботи використаний структурно-логічний аналіз. Для вивчення предмету роботи і його складових застосовані методи аналізу, синтезу, порівняння, абстрагування, індукції, дедукції, аналогії, класифікації. У процесі вимірювання конкурентоспроможності підприємств та резервів її підвищення залучені методи емпіричного дослідження, зокрема спостереження, опис, вимірювання, а також методи моделювання і ранжування, комплексні, матричні та

багатовимірні статистичні методи (в тому числі канонічний, дискримінантний, регресійний аналіз).

Теоретичну і методологічну базу дисертаційної роботи складають наукові положення вітчизняної та закордонної економічної думки у сфері дослідження, вимірювання і аналізу конкурентоспроможності промислових підприємств.

Інформаційною основою виступають матеріали Державної служби статистики України, конференцій різного рівня, публікації в друкованих та електронних виданнях, дані відкритої звітності підприємств виноробної галузі харчової промисловості південного регіону України, законодавча та нормативна база.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розробці теоретико-методичних засад вимірювання конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі харчової промисловості та резервів її підвищення на основі послідовного залучення комплексних (інтегральних), матричних та багатовимірних статистичних методів із використанням принципу декомпозиції, що дозволяє визначати резерви підвищення конкурентоспроможності вказаних суб'єктів господарювання, надавати допомогу в процесі прийняття управлінських рішень, вдосконалювати процес формування стратегії розвитку підприємств галузі. Найбільш вагомими результатами, які характеризують новизну дослідження і особистий внесок автора, є такі:

вперше:

- розроблено теоретико-методичний підхід, який дозволяє вимірювати конкурентоспроможність підприємств виноробства за допомогою послідовного залучення комплексних (інтегральних), матричних і багатовимірних статистичних методів аналізу, що дає змогу при використанні принципу декомпозиції визначити напрями і резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства;

удосконалено:

- поділ на групи резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства із додатковим виділенням ознак класифікації «час, необхідний для залучення резервів» (резерви швидкого доступу і стратегічного спрямування) і «ступінь змін на підприємстві» (кайзен та кайрію резерви). Введення зазначених ознак дало змогу обґрунтувати напрями, за якими здійснюється пошук резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства;

- сутність дефініції «умова підвищення конкурентоспроможності підприємства», в якій, на відміну від існуючих, підкреслено динамічність дії факторів зміни конкурентоспроможності, що надає можливість підприємству залучити резерви розвитку. Це дозволило більш ґрунтовно підійти до визначення методів, необхідних для застосування в дисертаційному дослідженні і практичній діяльності підприємств щодо пошуку частинних ознак їх конкурентоспроможності;

- методичні засади побудови шкали оцінки ступеня інтенсивності конкуренції на регіональному ринку виробників вина (привабливості ринку),

що, на відміну від існуючих, дозволяє ранжувати її і визначити привабливість даного ринку за значенням інтегрального коефіцієнта;

дістало подальший розвиток:

- методичний підхід щодо інтегральної оцінки привабливості ринку, який, на відміну від інших, базується на залученні показників, що характеризують вплив динаміки ринку, його концентрації, а також галузевої рентабельності;

- логічна модель процедури послідовного використання інтегральних, матричних та багатовимірних статистичних методів, спрямованої на вирішення задачі пошуку резервів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств;

- обґрунтування критеріїв вибору резервів підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств з урахуванням специфіки виноробної галузі України.

Практичне значення одержаних результатів. Практичні рекомендації, що містяться в дисертації, полягають у можливості використання запропонованої моделі вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності у діяльності підприємств виноробної промисловості, а також при розробці методичного забезпечення спеціалізованих навчальних дисциплін ОНЕУ.

Основні положення, висновки та рекомендації проведеного дослідження апробовані на підприємствах виноробної промисловості: ТОВ «Саратський завод продтоварів» (акт впровадження № 14 від 18.05.2012 р.), ТОВ «Ланжерон і К» (акт впровадження № 28 від 06.08.2012 р.) та ПрАТ «ОДЕСАВИНПРОМ» (акт впровадження № 2 від 10.09.2012 р.).

Крім того, результати дослідження використані у навчальному процесі в Одеському національному економічному університеті під час викладання дисциплін «Економіка підприємства», «Основи оціночної діяльності», «Національна економіка».

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є результатом самостійно виконаного дослідження. Викладені в роботі результати одержані автором особисто. Внесок автора в наукових працях, опублікованих у співавторстві, відображено в переліку публікацій. Теоретичні положення доведено до рівня практичних пропозицій і рекомендацій.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і результати дисертації доповідалися і обговорювалися на таких конференціях: Науково-практичних конференціях професорсько-викладацького складу Одеського національного економічного університету, академічних та вищих навчальних закладів України (м. Одеса, 2008-2009, 2011-2012 рр.), III-й Міжнародній інтернет-конференції «Розвиток України в XXI столітті: економічні, соціальні, екологічні, гуманітарні та правові проблеми» (м. Тернопіль, 2008 р.), V-й Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні проблеми сучасної науки» (м. Київ, 2008 р.), IV-й Всеукраїнській конференції молодих вчених «Україна в умовах світової кризи: шляхи вирішення проблем» (м. Одеса, 2009 р.), Науково-практичній конференції «Проблеми і перспективи

інноваційного розвитку економіки України» (м. Дніпропетровськ, 2009 р.), V-й Всеукраїнській конференції молодих вчених «Україна в умовах соціально-економічного розвитку: проблеми і перспективи» (м. Одеса, 2010 р.), IV-й науково-практичній конференції «Наукове забезпечення процесів реформування соціально-економічних відносин в умовах глобалізації» (м. Сімферополь, 2010 р.), VIII-й міжнародній науково-практичній конференції молодих вчених (м. Тернопіль, 2011 р.), VII-й Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «20-річчя СНД: від тоталітаризму до демократії (економіка, політика, суспільство)» (м. Одеса, 2012 р.), III-й Міжнародній науково-практичній конференції «Соціально-економічний розвиток сучасного суспільства в умовах реформ» (Росія, м. Саратов, 2012 р.).

Публікації. За результатами виконаних у дисертації досліджень опубліковано 14 наукових праць загальним обсягом 3,85 д.а., з яких особисто автору належать 3,51 д.а., у тому числі: 6 статей у наукових фахових виданнях (2,23 д.а.), 7 публікацій у матеріалах конференцій (0,77 д.а.), 1 розділ у монографії (0,51 д.а.).

Структура та обсяг роботи. Дисертаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертації викладений на 214 сторінках комп'ютерного тексту. Матеріали роботи містять 27 таблиць на 14 сторінках, 21 рисунок на 15 сторінках, 11 додатків на 15 сторінках та список використаних джерел – 202 найменування на 19 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, визначено об'єкт, предмет і методи дослідження, розкрито наукову новизну і практичне значення отриманих результатів, надано інформацію щодо їх апробації.

У першому розділі «**Теоретичні засади визначення резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств**» розглянуто основні поняття теорії конкурентних відносин, здійснено критичне дослідження сутності конкурентоспроможності підприємства, факторів та резервів її підвищення, а також наявних класифікацій вказаних понять.

За результатами проведеного дослідження виявлено, що складність інтерпретації поняття «конкурентоспроможність» призводить до різного його трактування дослідниками, а також наявності багатьох синонімів («конкурентність», «конкурентний потенціал», «конкурентний статус»). Аналіз наукових доробок стосовно вказаного поняття надав можливість виділити чотири підходи до вирішення проблеми: ресурсний, компаративний, сполучення компаративного і ресурсного, системний. На основі поєднання компаративного, ресурсного та системного підходів запропоновано визначати конкурентоспроможність підприємства як його спроможність існувати і розвиватися, перевершуючи за ефективністю функціонування наявних і майбутніх конкурентів, ґрунтуючись на використанні тих чи інших

сприятливих умов розвитку і невикористаних можливостей (рис. 1).

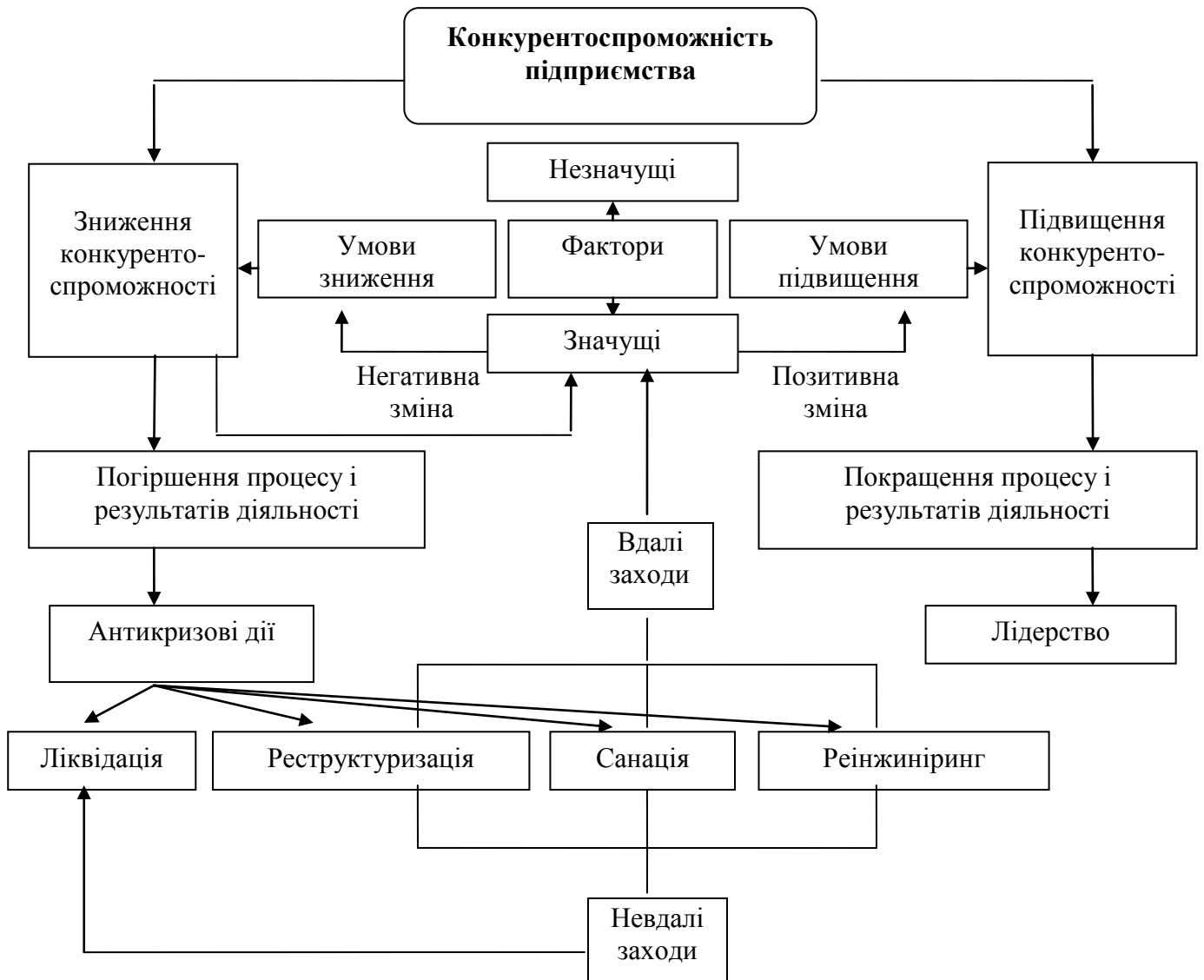


Рис. 1 – Зв'язок між конкурентоспроможністю підприємства, її факторами та умовами зміни

Виявлено зростання конкурентоспроможності підприємства за позитивної для нього зміни значущих факторів, що в підсумку може призвести до виходу підприємства на позиції лідера або за окремими напрямками, або за загальними результатами функціонування. Негативна зміна факторів призводить до послаблення конкурентоспроможності підприємства і в перспективі – до антикризових дій, в тому числі до ліквідації, якщо покращити складну ситуацію не вдається.

Аналіз досліджень щодо сутності резервів, лише за наявності яких можливим є підвищення конкурентоспроможності підприємства, вказав на відсутність єдиної думки стосовно даної проблеми і формування двох підходів до її вирішення. Першим ототожнено резерви із запасами, необхідними у виробництві і обігу для постійного розвитку підприємства, галузі і всієї

економіки. Згідно другого підходу, якого дотримується здобувач, через резерви реалізуються невикористані можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства. Виявлено, що особливості функціонування підприємств призводять до важкості повного залучення всіх наявних можливостей діяльності, що обумовлює виникнення тих чи інших резервів покращення конкурентоспроможності, вимірювання і аналіз яких дозволяє ліквідувати вузькі місця господарюючих суб'єктів.

Необхідність більш точного вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства спричинила їх класифікацію. Аналіз економічної літератури і діяльності підприємств дозволив виявити напрямки поділу вказаних резервів, в тому числі запропонувати власні ознаки класифікації (рис. 2).

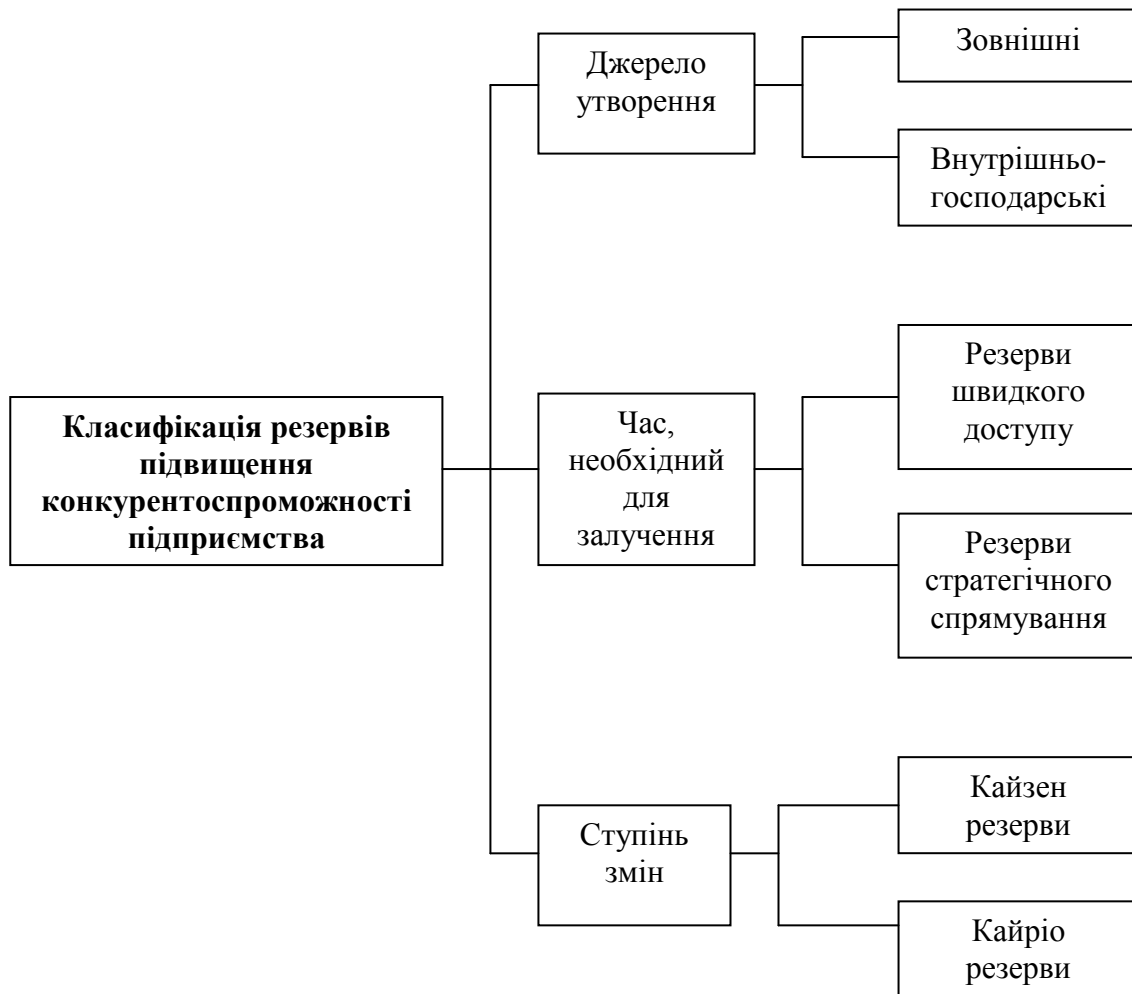


Рис. 2 – Групування резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства за різними видами

Доведено важливість виділення ознаки класифікації «джерело утворення», що уможливило виділення зовнішніх і внутрішніх резервів підвищення конкурентоспроможності. Встановлено, що недостатньо використані можливості групи «зовнішні резерви», залучення яких спрямоване на доцільне використання ситуації на ринку, обумовлені вибором цільового ринку; оцінкою умов діяльності на ринку; використанням встановлених

державою формалізованих правил діяльності.

У групу внутрішньогосподарських резервів об'єднано невикористані можливості організаційно-управлінської, науково-технічної, виробничо-технологічної, кадрової, фінансово-економічної сфер діяльності підприємства.

Застосування у якості ознаки для класифікації необхідного для залучення резервів часу надало можливість для їх поділу на резерви швидкого доступу і стратегічно спрямовані резерви. При цьому наголошено, що залучення першого виду відбувається практично в експрес-режимі, без суттєвих коригувань бізнес-моделі підприємства. Встановлено, що для використання резервів другого виду необхідно значно більше часу і зусиль (отримання додаткової інформації про ринок, клієнтів, конкурентів, саме підприємство).

На підставі дослідження ступеня змін, які відбуваються на підприємстві для підвищення його конкурентоспроможності, виділено кайзен і кайріо резерви. Для використання кайзен резервів важливим визнано внесок кожного працівника у роботу з підвищення конкурентоспроможності підприємства, а також відсутність необхідності великого обсягу інвестицій за значної кількості дрібних кроків, потрібних для досягнення результату. Для забезпечення впровадження великих за розміром і значенням заходів запропоновано залучати кайріо резерви, які вимагають кардинальної реорганізації процесу діяльності і спричиняють необхідність довгострокового інвестування. При цьому важливого значення набуває врахування особливостей кайріо резервів: потреби в залученні значних інвестицій; необхідності участі у процесі покращення діяльності підприємства лише декількох спеціалістів і використання обмеженої кількості технологій.

Врахування поділу на зазначені групи надало можливість сконцентрувати увагу на аналізі зовнішніх і внутрішніх кайзен резервів, що перебувають у швидкому доступі підприємства.

У другому розділі **«Методичні питання вимірювання конкурентоспроможності промислових підприємств та резервів її підвищення»** проаналізовано питання методології вимірювання конкурентоспроможності промислових підприємств та резервів її підвищення і запропоновано власний підхід до вирішення даної задачі.

Відсутність у світовій економічній думці єдиної методології вимірювання конкурентоспроможності підприємства та резервів її підвищення обумовила необхідність розробки здобувачем підходу до здійснення вказаної процедури із врахуванням специфіки обраної для дослідження галузі.

В процесі аналізу наукових доробок щодо методів вимірювання конкурентоспроможності виділено групи, у які об'єднано: методи, засновані на аналізі порівняльних переваг; методи, які ґрунтуються на теорії рівноваги фірми і галузі; методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції; методи, які базуються на теорії якості товару; матричні методи; метод, який ґрунтується на теорії мультиплікатора; рейтингові методи; метод оцінки на основі концепції частки ринку; метод визначення позиції в конкуренції з погляду стратегічного потенціалу підприємства; комплексні методи; методи, засновані на порівнянні з еталоном; експертні методи; багатовимірні

статистичні методи.

У рамках дослідження практичного досвіду застосування методології вимірювання конкурентоспроможності встановлено, що найбільшого поширення набули методи побудови матриць і визначення комплексного (інтегрального) показника. Проте складність процесу формування і вибору стратегій для певних квадрантів, врахування найчастіше тільки двох показників за використання матриць, а також необхідність аналізу всієї товарної маси, відсутність умов для глибокого дослідження і виявлення резервів підвищення конкурентоспроможності за використання інтегрального показника, певна властива обом методам статичність призвели до того, що їх залучення визнано доцільним для здійснення експрес-аналізу конкурентоспроможності підприємства, який практично не дає можливості точного і надійного прогнозування зміни рівня показника, що оцінюється, і виявлення резервів його підвищення. Недосконалість наведених вище методів пояснено і тим, що конкурентоспроможність підприємства є латентним, прихованим показником, виміряти який можна лише за допомогою встановлення взаємозв'язку чинників. Це дуже складно зробити під час побудови інтегрального показника або матриці.

Подолання вказаних недоліків запропоновано здійснювати на основі залучення багатовимірних методів, зокрема канонічного аналізу (методу канонічних кореляцій) і множинної регресії. Виявлено, що побудова комплексного (інтегрального) показника і на його основі – матриці групового ранжування є найбільш вдалим засобом визначення умов, які дозволяють підприємствам-конкурентам потрапити до вибірки, що аналізується із використанням багатовимірних методів. Послідовність аналізу конкурентоспроможності підприємств у вигляді логічної моделі наведено на рис. 3.

Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності запропоновано здійснювати за формулою:

$$K = R \cdot a + D \cdot b + CU \cdot c + I_c \cdot d, \quad (1)$$

де K – конкурентоспроможність підприємства;

R – рейтингова оцінка фінансово-економічного стану підприємства;

D – величина ринкової частки підприємства;

CU – коефіцієнт використання виробничої потужності підприємства;

I_c – інтегральний коефіцієнт привабливості ринку;

a, b, c, d – вагові коефіцієнти відповідно фінансового стану, величини ринкової частки, використання виробничої потужності та інтегрального коефіцієнту привабливості ринку, які задовольняють двом умовам:

- 1) $0 \leq a \leq 1; 0 \leq b \leq 1; 0 \leq c \leq 1; 0 \leq d \leq 1;$

- 2) $a + b + c + d = 1.$

На підставі вивчення особливостей здійснення канонічного аналізу обраних підприємств виділено його два великі блоки: побудову канонічної моделі і інтерпретацію отриманих канонічних рівнянь. Виявленням канонічної

кореляції передбачено пошук максимально тісного кореляційного зв'язку між двома результативними величинами, який базовано на лінійному перетворенні груп змінних заданої кількості об'єктів.

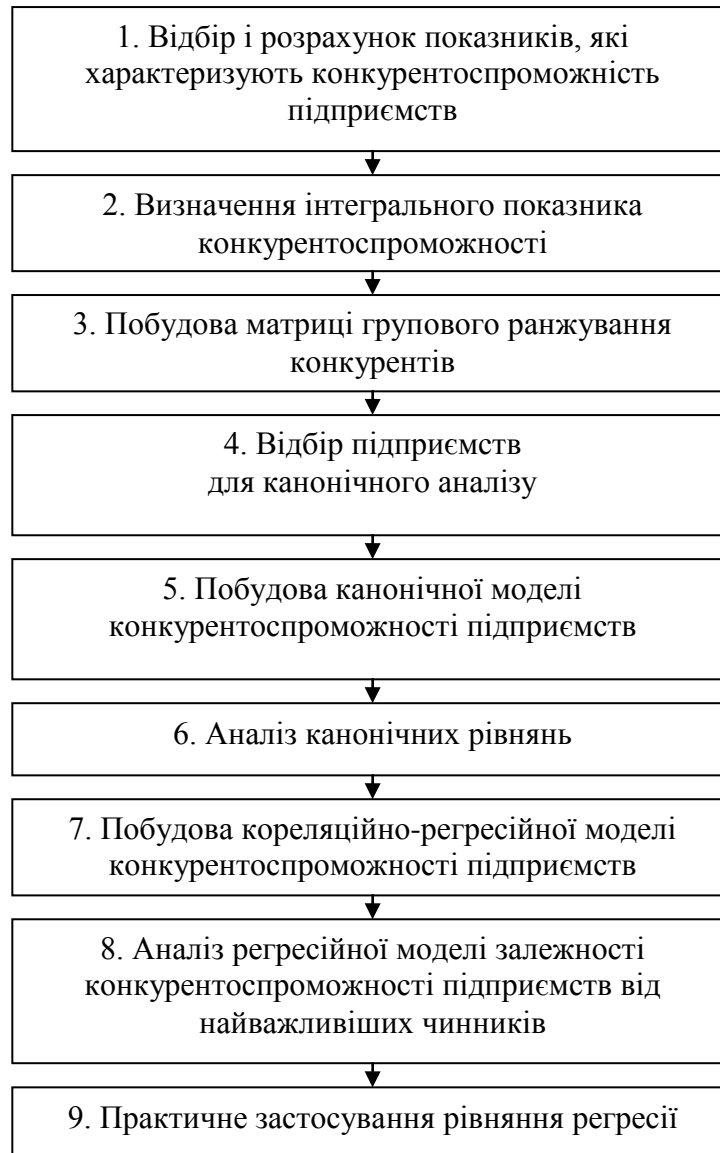


Рис. 3 – Логічна модель аналізу конкурентоспроможності підприємств

Врахування специфіки підприємств виноробної галузі харчової промисловості дозволило обрати показники для вимірювання конкурентоспроможності багатовимірними методами: Y_1 – рентабельність активів, %; Y_2 – витрати на 1 грн. реалізованої продукції, грн.; X_1 – коефіцієнт зносу основних засобів; X_2 – фондвіддача, грн.; X_3 – коефіцієнт використання виробничої потужності; X_4 – продуктивність праці, тис. грн./люд.; X_5 – темп зростання собівартості реалізованої продукції, %; X_6 – коефіцієнт загальної ліквідності; X_7 – коефіцієнт автономії; X_8 – коефіцієнт відношення виробничих активів і вартості майна; X_9 – коефіцієнт оборотності капіталу; X_{10} – коефіцієнт оборотності запасів; X_{11} – індекс цін реалізації продукції

виноградарства; X_{12} – урожайність винограду; X_{13} – частка вартості ліцензії на оптову торгівлю вином у витратах; X_{14} – темп зростання реальної заробітної плати; X_{15} – темп зростання споживання вина виноградного, %; X_{16} – темп зростання споживання шампанського, %; X_{17} – інтегральний коефіцієнт інтенсивності конкуренції на ринку; X_{18} – фактор часу.

Перші два показники, позначені Y_1 та Y_2 , визнано частинними ознаками конкурентоспроможності підприємств і об'єднано в групу результативних показників. Показники $X_1 - X_{18}$ віднесено до групи незалежних чинників-симптомів, яку умовно поділено на три підгрупи:

1) $X_1 - X_{10}$ – чинники внутрішнього середовища підприємства. При цьому ознаки $X_1 - X_3$ характеризують стан та ефективність використання майна підприємств. X_4 свідчить про ефективність діяльності працівників. X_5 характеризує зростання собівартості реалізованої продукції. $X_6 - X_8$ відображають фінансовий стан підприємств, X_9 і X_{10} – ділову активність суб'єктів виноробної промисловості;

2) $X_{11} - X_{17}$ – чинники зовнішнього середовища підприємства, які характеризують вплив на підприємство постачальників, бар'єру для входу на ринок, покупців, товарів-замінників і інтенсивності конкуренції між підприємствами;

3) X_{18} (фактор часу) введено для відображення впливу на конкурентоспроможність підприємств чинників, які змінюються в часі, але не включені до наведеного переліку (в тому числі, показників, які характеризують продукцію підприємств).

Через складність інтерпретації результатів методу канонічних кореляцій його апарат визначено як допоміжний, на розрахунках якого необхідними визнано побудову множинної кореляційно-регресійної моделі, що адекватно відбиває залежність між результативним і факторними показниками, і аналіз отриманої моделі. Залучення вказаної моделі дозволяє здійснити вимірювання резервів підвищення результативної ознаки (конкурентоспроможності підприємства) на основі порівняльного аналізу об'єктів-лідерів та об'єктів-аутсайдерів за допомогою коефіцієнтів регресійної моделі. Контроль правильності групування об'єктів здійснено із використанням методів дискримінантного аналізу.

Отримана в результаті здійснення запропонованих етапів інформація про величину резервів підвищення конкурентоспроможності виступає підґрунтям для внесення змін у загальну і конкурентну стратегію діяльності підприємства.

У третьому розділі «**Діагностування резервів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств південного регіону України**» висвітлено стан конкурентної боротьби у виноробній промисловості півдня України (Одеській, Миколаївській, Херсонській областях та АР Крим) і привабливість даної галузі, здійснено практичне застосування розробленого підходу до вимірювання конкурентоспроможності підприємств та резервів її

підвищення на основі послідовного залучення комплексних (інтегральних), матричних і багатовимірних методів, а також виявлено напрямки, що забезпечують покращення діяльності виноробних підприємств.

За результатами дослідження виноробної галузі виявлено, що вона є однією з найбільш динамічних галузей промисловості України. Встановлено, що ринок винопродукції в основному сформований внутрішнім виробництвом, проте до 2009 р. обсяг виробництва виноградного вина в Україні, на відміну від обсягу виробництва шампанського, не задовольняв попит на нього. При цьому в 2004 – 2008 рр. пропозиція виноградного вина, яка складається з обсягу внутрішнього виробництва і обсягу імпорту, лише за рахунок останнього перекривала попит на цей товар. У 2008 – 2009 рр. разом зі зменшенням обсягів імпортованого вина і зростанням експорту відбулося скорочення внутрішнього попиту на нього. У 2011 р. зменшення обсягів виробництва виноградного вина призвело до того, що певна частка внутрішнього споживання стала забезпечуватись за допомогою імпортованої продукції. Зазначені тенденції свідчать про зниження конкурентоспроможності виноробних підприємств і необхідність пошуку резервів її підвищення.

Побудова шкали оцінки ступеня інтенсивності конкуренції на регіональному ринку виробників вина за значенням інтегрального коефіцієнта надала можливість встановити, що вказана інтенсивність є помірною у 2005 р. (0,110), середньою – у 2007–2009 рр. (відповідно 0,527; 0,531; 0,407), підвищеною – у 2004, 2006, 2010 і 2011 рр. (відповідно 0,817; 0,620; 0,713; 0,824). Найбільш привабливою для нових конкурентів виноробна галузь була у 2005 р., що обумовлено порівняно високою рентабельністю галузі і темпами зростання ринку у вказаний рік.

Застосування запропонованої у другому розділі дисертації логічної моделі аналізу конкурентоспроможності підприємства дозволило виділити з первинної вибірки, що містила 11 виноробних підприємств, у групу, на основі якої було проведено канонічний аналіз латентного показника, ПрАТ «Агрофірма ім. С. Лазо», ПрАТ «Березанський», ПАТ «Цюрупинське» і ЗАТ «Октябрський вино-коньячний завод». На основі аналізу із залученням даних відкритої звітності вказаних підприємств за 2004-2011 рр. отримано результати вимірювання конкурентоспроможності підприємств у кожний конкретний період часу і ранжування спостережень за цим показником. Встановлено, що перше місце за рівнем конкурентоспроможності займає ЗАТ «Октябрський вино-коньячний завод» (2006 р.), останнє – ПрАТ «Агрофірма ім. С. Лазо» (2007 р.). Дані за 2011 р. свідчать про зміну ситуації наприкінці досліджуваного періоду, зокрема ПрАТ «Агрофірма ім. С. Лазо» опинилося на першому місці, ЗАТ «Октябрський вино-коньячний завод» – на останньому.

За результатами канонічного аналізу встановлено найвпливовіші фактори, які детермінують підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств півдня України: зростання рівня використання виробничої потужності (X_3), прискорення оборотності капіталу (X_9) і підвищення темпів споживання шампанського (X_{16}), а також зменшення частки вартості ліцензії на

оптову торгівлю вином у витратах підприємства (X_{13}):

$$\hat{Y} = -2,1337 + 0,7099X_3 + 0,6666X_9 - 0,1482X_{13} + 0,0195X_{16}. \quad (2)$$

На основі здійснення кореляційно-регресійного аналізу визначено величину резервів підвищення конкурентоспроможності, що дало змогу за встановленими на підставі використання методу канонічних кореляцій напрямками підвищення конкурентоспроможності, виявити можливості підприємств здійснити вказане підвищення (табл.).

Таблиця

**Порівняльний аналіз конкурентоспроможності та її чинників
досліджених підприємств, 2011 р.**

Підприємство	Ефект (резерв) за критеріями				
	Коефіцієнт використання виробничої потужності (X_3)	Коефіцієнт оборотності капіталу (X_9)	Частка вартості ліцензії на оптову торгівлю вином у витратах (X_{13})	Темп зростання споживання шампанського (X_{16})	Рівень конкурентоспроможності підприємства (Y)
1	3	4	5	6	7
ПрАТ «Агрофірма ім. С. Лазо»	-0,18487	0,09333	0,01805	0,29123	0,21774
ПрАТ «Березанський»	-0,13768	0,64486	0,36135	0,29123	1,15977
ПАТ «Цюрупинське»	-0,20190	0,24597	-0,08784	0,29123	0,24747
ЗАТ «Октябрьський вино-коньячний завод»	-0,18432	0,56227	0,80563	0,29123	1,47481

Виходячи з порівняно нестійкого фінансового стану ПАТ «Цюрупинське» і ЗАТ «Октябрьський вино-коньячний завод», запропоновано залучити зовнішні і внутрішні кайзен резерви для прискорення оборотності капіталу, зокрема готової продукції. Беручи до уваги наявність у підсумковій моделі частки вартості ліцензії на оптову торгівлю вином, визнано доцільним зменшення вказаної частки (з 500 тис. грн. до 250 тис. грн. для підприємств, які працюють на власних виноматеріалах). Частина вивільнених коштів рекомендовано спрямувати на поповнення власного капіталу для покращення фінансового стану і збільшення можливостей для розширення діяльності, а частину – спрямувати на покращення циклу виробництва і прискорення оборотності готової продукції, для чого запропоновано скористатися новою технологією і устаткуванням з виготовлення бентонітової суспензії «холодним» способом (УСБ-0,5), а також послугами певних видів аутсорсингу як

маркетингових інструментів, що сприяють підвищенню впізнаваності підприємства.

За результатами аналізу особливостей функціонування ПАТ «Цюрупинське» і ЗАТ «Октябрьський вино-коньячний завод» визнано доцільним використання послуг зовнішнього аутсорсингу інформаційних технологій (ІТ-аутсорсингу), зокрема передача аутсорсеру функції розробки, вдосконалення і ведення сайту виноробного підприємства. Переваги залучення ІТ-аутсорсингу полягають у правильно побудованій взаємодії підприємства-замовника послуг з інформаційними технологіями, що дозволяє здійснювати постійну підтримку зворотного зв'язку з існуючими і майбутніми покупцями продукції, дізнаватися про зміни, впровадження яких є необхідним для підвищення обсягу реалізованої продукції, а отже, і оборотності готової продукції.

Важливою формою співробітництва з наявними і потенційними покупцями виноробної продукції і не менш впливовим фактором підтримки і підвищення репутації підприємства визнано краудсорсинг, відмінність якого від аутсорсингу полягає у відсутності необхідності витратити додаткові грошові кошти.

За результатами аналізу впровадження запропонованих заходів виявлено позитивну зміну частинних ознак конкурентоспроможності досліджуваних підприємств, що призвело до зростання рівня конкурентоспроможності ПАТ «Цюрупинське» на 0,0942 до 0,7247, а ЗАТ «Октябрьський вино-коньячний завод» – на 0,1032 до 0,5308. Виявлено, що за отриманим значенням результативного показника дані підприємства впритул наблизились до групи лідерів.

Підвищення конкурентоспроможності досліджуваних підприємств надало їм можливість залучити інші заходи з прискорення оборотності капіталу, зокрема переорієнтувати виробництво на випуск більшої частки сухих і напівсухих вин замість солодких і напівсолодких, покращити організацію матеріально-технічного-постачання і розширити виноградні насадження.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення і нове вирішення наукової проблеми, що виявляються в розробці теоретико-методичного підходу до здійснення економічного вимірювання конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості та ідентифікації резервів її підвищення.

Аналіз теоретичних і прикладних аспектів дослідження конкурентоспроможності промислових підприємств, вивчення стану конкуренції у виноробній галузі харчової промисловості півдня України, а також визначення резервів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств дозволили прийти до таких висновків і пропозицій.

1. Визначено, що конкурентоспроможність підприємства представляє собою його спроможність існувати і розвиватися, перевершуючи за

ефективністю функціонування наявних і майбутніх конкурентів, ґрунтуючись на залученні тих чи інших сприятливих умов розвитку і невикористаних можливостей.

2. Виявлено, що резерви підвищення конкурентоспроможності є невикористаними можливостями підприємства і тісно пов'язані з умовами її підвищення як необхідними значущими обставинами, позитивна для підприємства зміна яких призводить до зростання ефективності його діяльності, а відтак – і покращення положення серед конкурентів. Запропоновано разом з іншими ознаками класифікації резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств використовувати час, якого потребує підприємство для їх залучення, і ступінь змін на підприємстві, необхідних для здійснення рекомендованих заходів, що дозволило врахувати специфіку підприємств виноробства в процесі пошуку вказаних резервів.

3. З'ясовано, що жоден з існуючих в економічній літературі і практиці методів вимірювання конкурентоспроможності не є універсальним і не може використовуватися без залучення допоміжних інструментів аналізу. Тому запропоновано здійснювати пошук резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств на основі послідовного залучення комплексного (інтегрального), матричного та багатовимірних методів аналізу, що дозволило виміряти резерви підвищення конкурентоспроможності обраних підприємств.

4. За результатами аналізу динаміки виробництва, імпорту, експорту та внутрішнього споживання продукції виноробства в Україні за 2004-2011 рр. встановлено фактори, які впливають на зміну вказаних показників. Виявлені тенденції спричинили необхідність вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств виноробної галузі.

5. На основі розробленої шкали здійснено оцінку ступеня інтенсивності конкуренції між виноробними підприємствами півдня України і привабливості галузі із визначенням інтегрального коефіцієнта. Інтенсивність конкуренції між південноукраїнськими підприємствами виноробної галузі визнано помірною в 2005 р., середньою – у 2007-2009 рр., підвищеною – у 2004, 2006, 2010 і 2011 рр. Шляхом побудови матриці групового ранжування визначено місце кожного з одинадцяти аналізованих виноробних підприємств у конкурентній боротьбі і зроблено вибірку з чотирьох підприємств-репрезентантів, на основі якої здійснено вимірювання конкурентоспроможності багатовимірними статистичними методами.

6. За результатами проведення канонічного аналізу, доповненого контролем процесу залученням дискримінантного методу, побудовано канонічну модель оцінки конкурентоспроможності, при використанні якої 32 спостереження, що включають 4 виноробні підприємства за 2004 – 2011 рр., поділено на групи і виявлено положення обраних підприємств протягом дослідженого періоду. Здійснено аналіз регресійної моделі, за наслідками якого розраховано величину конкурентних переваг підприємств та резервів зростання результативного показника, виконано точкове та інтервальне прогнозування

конкурентоспроможності чотирьох підприємств і класифіковано об'єкти, що спочатку не потрапили до канонічного і регресійного аналізу.

7. На основі запропонованого методичного підходу встановлено напрямки підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств півдня України: зростання рівня використання виробничої потужності, прискорення оборотності капіталу і збільшення темпів споживання шампанського, а також скорочення частки вартості ліцензії на оптову торгівлю вином у витратах підприємства. На підставі дослідження особливостей обраних підприємств визнано найбільш доцільним покращення циклу виробництва і прискорення оборотності готової продукції і надано рекомендації щодо заходів, впровадження яких дозволило ПАТ «Цюрупинське» та ЗАТ «Октябрський вино-коньячний завод» підвищити конкурентоспроможність і впритул наблизитися до групи лідерів ринку.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Розділи в колективних монографіях:

1. Зайцева Н. О. Система факторів конкурентоспроможності підприємства / Н. О. Зайцева // Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень: моногр. [Янковий О. Г., Кошельок Г. В., Карпенко Л. М. та ін.]; за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса.: Атлант, 2010. – С. 348–356 (0,51 д.а. належить здобувачеві; *особистий внесок* здобувача полягає у критичному аналізі існуючих підходів до класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства і розробці найбільш вдалої з авторської точки зору класифікації).

Статті у наукових фахових виданнях:

2. Зайцева Н. О. Етапи здійснення аналізу діяльності конкурентів (на прикладі підприємств харчової промисловості) / Н. О. Зайцева // Вісник соціально-економічних досліджень: [зб. наук. праць / наук. ред. Зверяков М. І. та ін.]. – Одеса: ОДЕУ, 2009. – № 35. – С. 197–204 (0,45 д.а.).

3. Зайцева Н. О. Конкурентоспроможність держави: досвід України / Н. О. Зайцева, О. М. Бабій // Європейський вектор економічного розвитку: [зб. наук. праць / наук. ред. Холод Б. І. та ін.]. – Дніпропетровськ: ДУЕП, 2009. – Вип. 2 (7). – С. 51–58 (0,46 д.а.; 0,24 д.а. належить здобувачеві; *особистий внесок* здобувача полягає у виділенні особливостей і заходів з підвищення здатності України успішно розвиватися і посилювати свої позиції на міжнародному ринку).

4. Зайцева Н. О. Побудова конкурентної карти ринку як заключний етап аналізу діяльності конкурентів / Н. О. Зайцева // Науковий вісник: [зб. наук. праць / наук. ред. Соколов В. М. та ін.]. – Одеса: ОДЕУ, 2009. – № 5 (83). – С. 207–216 (0,23 д.а.).

5. Зайцева Н. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: переваги і недоліки / Н. О. Зайцева // Науковий вісник: [зб. наук. праць / наук. ред. Соколов В. М. та ін.]. – Одеса: ОДЕУ, 2010. – № 4 (105). – С. 193–205 (0,51 д.а.).

6. Зайцева Н. О. Оцінка інтенсивності конкуренції у виноробній промисловості України / Н. О. Зайцева // Економіка промисловості. – 2010. – № 2 (50). – С. 163–167 (0,31 д.а.).

7. Зайцева Н. О. Застосування методу канонічних кореляцій в дослідженні конкурентоспроможності виноробних підприємств / Н. О. Зайцева // Науковий вісник: [зб. наук. праць / наук. ред. Соколов В. М. та ін.]. – Одеса: ОНЕУ, 2012. – № 10 (162). – С. 212–225 (0,49 д.а.).

Публікації за результатами участі у конференціях:

8. Зайцева Н. О. Аналіз фінансового стану підприємства з позиції його конкурентоспроможності / Н. О. Зайцева // Розвиток України в XXI столітті: економічні, соціальні, екологічні, гуманітарні та правові проблеми: матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Тернопіль, 15 жовтня 2008 р.) / ТНЕУ. – Тернопіль: ТНЕУ, 2008. – С. 166–167 (0,1 д.а.).

9. Зайцева Н. О. Чинники конкурентних переваг фірми / Н. О. Зайцева // Актуальні проблеми сучасної науки: матеріали п'ятої Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (Київ, 29–31 жовтня 2008 р.) / Інститут наукового прогнозування, Кримський інститут економіки та господарського права [та ін.]. – К.: Меганом, 2008. – С. 23–25 (0,15 д.а.).

10. Зайцева Н. О. Методичні засади оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства / Н. О. Зайцева // Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки України: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Дніпропетровськ, 22–24 травня 2009 р.) / М-во освіти і науки України, Національний гірничий університет [та ін.]. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2009. – С. 229–231 (0,11 д.а.).

11. Зайцева Н. О. Ринок винопродукції України: передумови кризового стану / Н. О. Зайцева // Наукове забезпечення процесів реформування соціально-економічних відносин в умовах глобалізації: матеріали IV науково-практичної конференції (Сімферополь, 30 квітня 2010 р.) / Кримський інститут бізнесу, Самарський університет бізнесу та управління [та ін.]. – Сімферополь: ВіТроПринт, 2010. – С. 123–126 (0,14 д.а.).

12. Зайцева Н. Умови формування і посилення конкурентоспроможності підприємства / Н. Зайцева // Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації: збірник тез доповідей за матеріалами Восьмої Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених (Тернопіль, 24–25 лютого 2011 р.) / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ТНЕУ. – Тернопіль: ТНЕУ, 2011. – С. 193–195 (0,16 д.а.).

13. Бабій О. М. Вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств / О. М. Бабій, Н. О. Зайцева // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матеріали першої Міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 18–19 жовтня 2012 р.) / Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Одеський національний економічний університет. – Одеса: Атлант, 2012. – С. 34–35 (0,1

д.а.; 0,05 д.а. належить здобувачеві; *особистий внесок* здобувача полягає у встановленні розміру резервів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств).

14.Бабий О. Н. Аутсорсинг в деятельности предприятий: необходимость и классификация / О. Н. Бабий, Н. А. Зайцева // Социально-экономическое развитие современного общества в условиях реформ: материалы III международной научно-практической конференции (28 ноября 2012 г.) / Universite Pierre Mendes France, Саратовский государственный технический университет [и др.]. – Саратов: Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», 2012. – С. 20–23 (0,13 д.а.; 0,06 д.а. належить здобувачеві; *особистий внесок* здобувача полягає у визначенні переваг і недоліків залучення аутсорсингу до діяльності підприємств).

АНОТАЦІЯ

Зайцева Н. О. Економічне вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Одеський національний економічний університет, Одеса, 2013.

Дисертація присвячена розробці нового теоретико-методичного підходу до здійснення економічного вимірювання конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості та ідентифікації резервів її підвищення.

На основі теоретичного дослідження сутності понять теорії конкурентних відносин, класифікації резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств, аналізу існуючих методів вимірювання їх конкурентоспроможності запропоновано підхід до виявлення резервів підвищення результативної ознаки із послідовним залученням комплексних (інтегральних), матричних та багатовимірних статистичних методів, зокрема канонічного і регресійного аналізу.

Розроблені науково-методичні основи економічного вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств проілюстровані на прикладі низки підприємств виноробної промисловості південного регіону України.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, резерви, методи вимірювання конкурентоспроможності підприємства, багатовимірні статистичні методи, виноробна промисловість.

АННОТАЦИЯ

Зайцева Н. А. Экономическое измерение резервов повышения конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Одесский национальный экономический университет, Одесса, 2013.

Диссертация посвящена разработке нового теоретико-методического подхода к осуществлению экономического измерения конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности и идентификации резервов ее повышения.

Представлены результаты теоретического исследования сущности понятий «конкуренция», «конкурентоспособность предприятий», «факторы и резервы повышения конкурентоспособности предприятий». Рассмотрена взаимосвязь между факторами, условиями и резервами улучшения способности предприятия существовать и развиваться, превосходя по эффективности функционирования имеющихся и будущих конкурентов, основываясь на привлечении тех или иных неиспользованных возможностей.

Дополнена классификация резервов путем введения новых признаков: необходимое для привлечения резервов время и степень ожидаемых изменений на предприятии. По первому признаку выделены резервы быстрого доступа и стратегического направления. Второе основание предусматривает поиск кайзен и кайрио резервов повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

На основе изучения достоинств и недостатков существующих методов измерения резервов повышения конкурентоспособности предприятий сформулирован собственный подход к решению данной проблемы, предусматривающий последовательное вовлечение в исследование комплексного (интегрального), матричного и многомерных статистических методов (в частности, канонического, дискриминантного и других видов анализа). При применении метода канонических корреляций исследованы две группы показателей: результативные показатели, или частичные признаки конкурентоспособности предприятий (рентабельность активов, затраты на 1 грн. реализованной продукции), и независимые факторы-симптомы, способные оказать влияние на конкурентоспособность (факторы внутренней и внешней среды, а также фактор времени).

Разработанные научно-методические основы экономического измерения резервов повышения конкурентоспособности промышленных предприятий проиллюстрированы на примере ряда предприятий винодельческой промышленности южного региона Украины.

Предложена модель, применение которой дало возможность установить наиболее влиятельные факторы, детерминирующие повышение конкурентоспособности винодельческих предприятий юга Украины: повышение уровня использования производственной мощности, ускорение оборачиваемости капитала и рост темпов потребления шампанского, уменьшение доли стоимости лицензии на оптовую торговлю вином в издержках предприятия.

В результате применения регрессионного анализа выявлены величины

резервов повышения результативной величины и осуществлено ее прогнозирование. Наиболее перспективным направлением, доступным для предприятий с неустойчивым финансовым состоянием, признано повышение скорости оборачиваемости капитала, в частности готовой продукции.

Предложены мероприятия, осуществление которых позволило исследуемым предприятиям вплотную приблизиться к лидерам отрасли по уровню конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, резервы, методы измерения конкурентоспособности предприятия, многомерные статистические методы, винодельческая промышленность.

ANNOTATION

Zaitseva N. O. The economic dimension of reserves for increasing the competitiveness of the food industry enterprises. – Manuscript.

The thesis for obtaining a scientific degree of Candidate of Economic Sciences on a specialty 08.00.04 – economics and management of enterprises (by the types of economic activity). – Odessa National Economic University, Odessa, 2013.

The thesis is aimed at the developing of a new theoretical and methodological approach to the implementation of the food industry enterprises competitiveness economic measurement, as well as at the identifying of such competitiveness reserves for raising.

Based on the theoretical study of the competitive relations theory concepts essence, classification of the reserves for enterprises competitiveness raising, analysis of existing methods for measuring their competitiveness an approach to identifying the reserves for the resulting indication increasing is suggested. The approach uses complex, matrix and multivariate statistical methods, including canonical and regression analysis.

The state and trends in the wine branch of the food industry of Ukraine are analyzed. The features of wineries functioning are highlighted. On the basis of the proposed scale the degree of competition intensity between wine producers is determined. The attractiveness of the industry to the new competitors during the years 2004–2011 is stated.

Developed scientific and methodological bases of the reserves for industrial enterprises competitiveness economic measurement are illustrated by implementation on a number of the Southern Ukraine wineries. Recommendations on improving the wineries competitiveness are based on the results of testing the proposed approach.

Key words: competition, competitiveness of an enterprise, reserves, methods of enterprise competitiveness measurement, multivariate statistical methods, wine industry.