

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ
ПІДПРИЄМСТВ**

**ORGANIZATIONAL ECONOMIC MECHANISM OF MANAGEMENT
OF DAIRY ENTERPRISES' COMPETITIVE COMPETENCE**

Суха І.В., аспірант, НУХТ. (Євсєєва І.В.)

Sukha I., postgraduate, NUFT. (Yevsieieva I.)

Анотація. В статті розглянуто трактування понять механізм та організаційно-економічний механізм. На основі узагальнення існуючих точок зору та підходів до їх визначення сформовано авторське розуміння категорійного апарату. Представлено алгоритм реалізації дії організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств. Визначено взаємодію складових організаційно-економічного механізму та їх вплив на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Annotation. It is researched the conception of the mechanism and organizational economic mechanism. It is given author's understanding of these categories. It is formed the realization algorithm of the organizational economic mechanism of management of enterprises' competitive competence. It is researched the interaction of components of organizational economic mechanism and their influence on raising competitive competence of enterprises.

Ключові слова: механізм, організаційно-економічний механізм, конкурентоспроможність, конкурентні переваги.

Keywords: mechanism, organizational economic mechanism, competitive competence, competitive advantages.

Вступ. Господарська самостійність підприємств дає їм можливість, враховуючи інтереси держави та чинне законодавство, проявляти підприємницьку ініціативу, приймати певні рішення щодо їх подальшого розвитку та здійснювати свою господарську діяльність на свій розсуд та ризик. Отже, в ринкових умовах господарювання кожне підприємство шукає шляхи щодо виділення себе серед конкурентів, тобто повинно набути конкурентні переваги, і веде жорстку боротьбу за присутність на ринку. В свою чергу, для виготовлення конкурентоспроможної продукції підприємство повинно мати сировину високої якості. Ринок сировини для підприємств молочної промисловості характеризується обмеженістю, тому підприємства конкурують між собою за обмежені сировинні ресурси. Адже, чим вища якість вхідної сировини, тим кращу і якіснішу продукцію ми отримуємо на виході.

Постановка завдання. Для більш швидкого пристосування до змін, вміння ефективного ведення конкурентної боротьби на ринку обмежених ресурсів та досягнення поставлених цілей керівники підприємств змушені окреслювати напрямки та шляхи діяльності, визначати інструменти та важелі, які необхідно використовувати, чітко будувати взаємозв'язки між елементами організаційно-економічного механізму.

Багатогранність прояву дії економічного механізму характеризує складність системи та елементів їх взаємозв'язків. Відсутність єдиних підходів до визначення категорії „механізм” призвели до її трактування науковцями по – різному.

Дослідженню поняття та сутності організаційно-економічного механізму присвячено багато наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених. Проте, єдиного підходу до розуміння та трактування цього

поняття немає. Аналіз наукових джерел, публікацій, присвячених даному питанню, свідчить про відсутність єдиної методології досліджень.

Результати. Розглянемо різні підходи вчених до визначення поняття „механізм”(таблиця 1).

Таблиця 1

Трактування поняття механізм

Механізм – це: ...	Автор
послідовна зміна станів та сукупність послідовних дій для досягнення певного результату	Безкоровайна Л.В. [1]
система, пристрій, спосіб, що визначають порядок певного виду діяльності	Мочерний С.В. [8]
комбінація органів або функцій для досягнення певного результату	Саркісов С.Е. [9]
сукупність засобів та методів управління, які визначають можливість цілеспрямованого руху, функціонування та розвитку системи	Кушлін В.І., Чічканов В.П. [7]

Розглядаючи організаційно-економічний механізм, треба виділити окремо дві складові цього механізму [6,11].

Організаційний механізм – це сукупність різноманітних по своїй природі конкретних організаційних елементів, управління якими здійснює особливий керуючий орган, який забезпечує взаємодію і координацію підсистем підприємства, економічність та оперативність механізму, організує ефективну діяльність підприємства в умовах змінних потреб суспільства і нестабільності навколишнього середовища [6].

Економічний механізм - це необхідний взаємозв'язок, який виникає між різними економічними явищами. Він містить певну послідовність економічних явищ: його складовими елементами одночасно виступають вхідне і вихідне явища, а також весь процес, який відбувається в інтервалах між ними [11].

Для більш глибокого розуміння поняття організаційно-економічний механізм, ми пропонуємо розглянути його трактування різними науковцями (таблиця 2).

Таблиця 2

Трактування поняття організаційно-економічний механізм

Організаційно-економічний механізм – це...	Автор
система, що приводить в рух економіку	Буніч П.Г. [3]
сукупність форм, методів та інструментів управління і господарювання – планування, державного регулювання, госпрозрахунку, економічних важелів та стимулів, організаційних структур управління, політико-правових форм регулювання економічних процесів	Булєєв І.П. [2]
інструмент управління, який ставить собою сукупність управлінських елементів та способів їхньої організаційної, інформаційної, мотиваційної та правової підтримки, шляхом використання яких з урахуванням особливостей діяльності підприємства забезпечується досягнення певної мети, заради чого, власно, і створюється відповідний механізм	Козаченко Г.В. [5]
сукупність послідовний дій для досягнення певного результату та елементів (форм, структур, способів, методів, методик процедур), що забезпечують його досягнення	Безкоровайна Л.В. [1]
механізм, що забезпечує взаємодію підсистеми, яка управляє, та підсистеми, якою управляють і складається із сукупності конкретних форм і методів свідомого впливу на економіку	Грещак М.Г. [4]
сукупність способів, методів, форм і прийомів по веденню господарства, використанню економічних законів, налагодженню господарських зв'язків, залученню людей у процес виробництва, застосування правових норм.	Шеремет О.О. [13]
сукупність елементів, які динамічно розвиваються та є складовою частиною системи стратегічного розвитку підприємства	Тридід О.М. [12]

сукупність способів, методів та засобів управління суспільним виробництвом, спрямованих на досягнення високих кінцевих результатів з найменшими витратами трудових, матеріальних та фінансових ресурсів	Борщевский П.П. [10]
---	-------------------------

Узагальнюючи існуючі точки зору та підходи до визначення організаційно-економічного механізму, слід зазначити, що це – сукупність способів, методів, важелів та інструментів управління, які адаптовані певною організацією до конкретних умов внутрішнього та зовнішнього середовища і спрямовані на досягнення поставлених цілей та вирішення задач.

Отже, організаційно-економічний механізм – це складне, багато аспектне поняття, що характеризується динамічним станом розвитку, який надає йому можливості удосконалюватися. Треба зазначити, що організаційно-економічний механізм найбільш повно відповідає потребам організації та проявляє свою дію у визначеному напрямі коли інструменти управління адаптовані до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища.

Висновки. При формуванні організаційно-економічного механізму визначається конкретний об'єкт впливу та мета, з якою цей вплив здійснюється. Об'єктом, як правило, виступає діяльність підприємства, а метою – забезпечення її максимальної ефективності.

Таким чином можна говорити про те, що ефективність діяльності будь-якого підприємства залежить від вірного вибору та використання інструментів, які допомагають розробити план стратегічних дій відповідно до стадії розвитку, в якій знаходиться підприємство. В якості відповідних інструментів і виступає організаційно-економічний механізм, який пристосований до сучасних умов господарювання. Такі розробки дозволяють керівникам підприємств моделювати варіанти можливих

рішень відповідно до виникаючих ситуацій при врахуванні інтересів та цілей підприємства.

Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств діє через сполучення економічних інтересів країни, усвідомлення дійсних потреб споживачів та складається з комплексу економічних способів, методів, важелів, показників за допомогою яких реалізуються економічні закони.

Запропонований автором алгоритм реалізації дії організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств представлено на рис. 1.

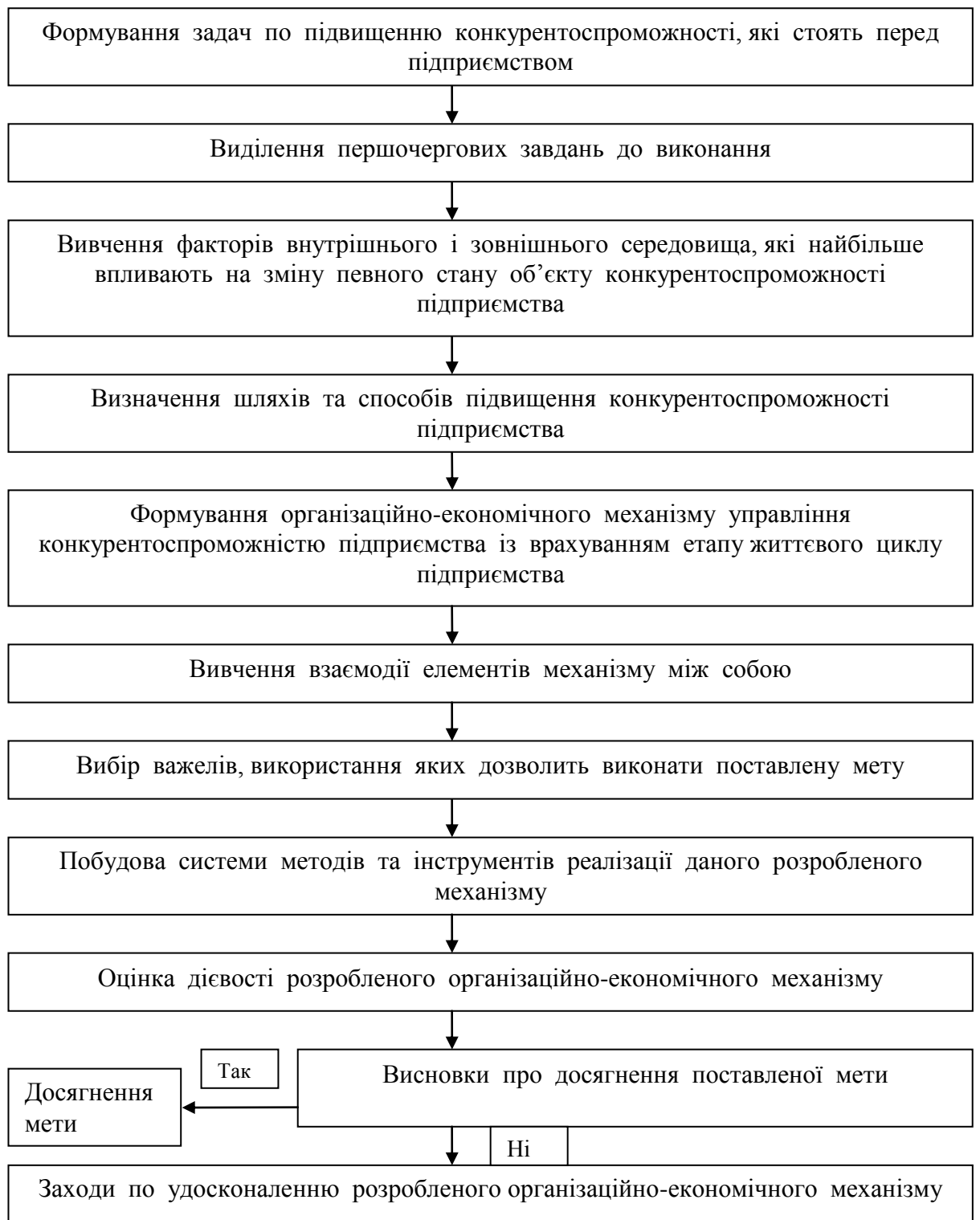


Рис.1 Алгоритм реалізації дії організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств

Отже, на певному етапі свого розвитку кожне підприємство прагне покращити своє становище на ринку або ж принаймі зберегти досягнені позиції в галузі. Наступним кроком є формування першочергових завдань, які підприємство ставить за мету, приймаючи до уваги вплив

внутрішніх та зовнішніх факторів середовища. Слід зазначити, що напрям дії та сила впливу цих факторів може мати різну значущість та спрямованість. Вони можуть підсилювати конкурентні позиції підприємства або ж їх послаблювати.

Наступним етапом є визначення шляхів, способів, методів та вибір важелів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Серед способів підвищення конкурентоспроможності ми виділяємо такі як: використання найсучасніших досягнень у техніці та технології, розширення асортиментного ряду продукції, підвищення її якості, впровадження нових видів продукції.

Великого значення також надається упаковці, адже міні-упаковка для молочних продуктів є зручною для споживачів. Ця тенденція є актуальною майже для всього асортиментного ряду молокопереробних підприємств, так, наприклад: масло, сирки, вершки та інші продукти пакуються у невеликі за вмістом ємності.

Аналізуючи діяльність молокопереробних підприємств, треба зазначити, що для утримання лідируючих позицій на ринку такі підприємства, як Павлоградський молочний комбінат (ТМ „Фанні”), ВАТ „Галактон”, ВАТ „Київський міський молочний завод № 3” Вімм-Біль-Данн Україна та багато інших не тільки покращують якість своєї продукції, а також весь час працюють над розширенням асортименту новою унікальною продукцією, яка б задовольняла нові потреби споживачів і відрізняла їх від продукції конкурентів.

Так, Павлоградський молочний комбінат (ТМ „Фанні”) є єдиним підприємством, яке виготовляє сиркові тортки з різними начинками та наповнювачами. В свій час ВАТ „Галактон” був першим по виготовленню Т – молока, в тому числі із вмістом різних корисних вітамінів та мікроелементів.

Основними методами підвищення конкурентоспроможності підприємств є: економічні, соціально-психологічні, організаційно-адміністративні, інформаційно-технологічні методи (рис. 2).



Рис. 2 Методи досягнення та інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств [складено автором]

Розглядаючи методи конкурентоспроможності, в першу чергу потрібно відзначити економічні методи, як одні із найрозповсюджених, які використовуються в сучасних умовах господарювання.

Цінова конкуренція є одним із найпоширеніших методів конкурентної боротьби. Вона притаманна майже всім виробникам, проте найхарактерніша для невеликих молокопереробних підприємств, які задовольняють попит споживачів в різних регіонах країни. Їх продукція є, як правило, стандартизованою, вони приділяють основну увагу – ціні, адже їх сегмент споживачів – населення з низьким рівнем купівельної спроможності. У великих містах продукція таких підприємств представлена на ринках, і найбільш поширеною формою торгівлі є реалізація її „з колес” в місцях, де скупчення людей є найвищим.

В торговельних мережах представлені найбільші та найвідоміші виробники молочних продуктів. Тут дотримуються усі санітарно-гігієнічні норми та вимоги щодо зберігання молочних продуктів. Асортимент – дуже широкий. Продукцію різних молокопереробних підприємств можна ранжувати згідно з тим, на який прошарок споживачів вона розрахована. Якщо взяти певну групу товарів виробників - лідерів ринку, то цінова конкуренція не досить їм притаманна, адже більшої уваги вони приділяють якості і підвищенню споживчої цінності своїй продукції, тобто неціновій конкуренції, що вимагає від них більших витрат.

Ціни на одну і ту ж саму продукцію у таких виробників, як правило, суттєво не відрізняються. В той же час, цінова конкуренція носить тимчасовий характер і використовується такими виробниками у випадках введення на ринок нової ще не знайомої споживачеві продукції, або для більш лояльного відношення споживачів до певної торгової марки.

Найбільші компанії працюють над неціновими конкурентними характеристиками товару, серед яких – широта асортименту, високий рівень якості, екологічність, ергономічність упакування, тощо.

До організаційно-адміністративних методів слід віднести вміння керівництва координувати роботу підприємства, ефективно використовувати людські ресурси, складати оперативні та стратегічні плани та досягати поставлених цілей, а також організувати систематичний контроль за ходом виробничого процесу, тощо.

Соціально – психологічні методи слугують для більш вірного розуміння потенційних споживачів і налагодження взаємовідносин з ними. Адже, виробляючи продукцію певного виду, ми, перш за все, дбаємо про тих, кому ця продукція буде збуватися, а отже, розраховуємо на їх лояльність та прихильність до неї.

Кожна вікова група, кожний прошарок суспільства має своє переважне розуміння і свої вимоги до якості продукції, асортименту, і обирає ту продукцію, яка найкращим чином задовольняє їх потреби. Отже, виробники пристосовуються до своїх основних споживачів, орієнтуючись на їх смаки та вподобання.

Інформаційно-технологічні методи покликані задовольняти потреби виробників і споживачів у своєчасній достовірній інформації про той чи інший продукт, або про ту чи іншу ситуацію, яка склалася на ринку товарів і послуг. Саме володіння інформаційною базою про нові розробки, технології, нові продукти дозволяє підприємству йти вперед, розвиваючись. Збирання інформації про діяльність своїх найголовніших конкурентів допомагає підприємству не тільки бути в курсі справ, а і правильно реагувати на їх наступальні дії.

Велика увага приділяється також важелям конкурентоспроможності. Адже всі вони взаємопов'язані, так, від встановленої ціни на товар залежить дохід з цієї групи, від податкової політики держави та рівнів податків залежить прибутковість підприємства.

Отже, отримавши певний результат від своєї діяльності підприємство порівнює його із поставленими перед ним завданнями та цілями і вирішує наскільки вони були виконані. Саме в цьому і виражається

дієвість розробленого організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю для певного підприємства. Оцінивши ефективність своєї діяльності, в порівнянні з підприємствами – лідерами ринку, можна робити висновки про доцільність застосування цього механізму в подальшій діяльності та розробку заходів по удосконаленню даного організаційно-економічного механізму.

ЛІТЕРАТУРА

1. Безкоровайна Л.В. Теоретичні основи організаційно-економічного механізму ефективної діяльності товаровиробника//Економіка: проблеми теорії та практики. – 2005.- випуск 201.- с. 624-631
2. Булеев И.П. Формирование организационно-экономического механизма управления предприятием по обработке цветных металлов. – Донецк: МЭП АН Украины, 1993. – 225 с.
3. Бунич П.Г. Хозяйственный механизм управления социалистической экономикой.- М.: Экономика,1984. – 305 с.
4. Внутрішній економічний механізм підприємства: Навч. посібник / М.Г.Грещак, О.М. Гребешкова, О.С. Коцюба; за ред. М.Г. Грещака. – К.: КНЕУ,2001. – 228 с.
5. Козаченко Г.В. Організаційно-економічний механізм як інструмент управління підприємством // Економіка Менеджмент Підприємництво – 2003.- № 11.- с. 107 – 111
6. Кульман А. Экономические механизмы: Пер. с фр./ Общ. ред. Н.И. Хрустальной. – М.: АО Изд. группа: «Прогресс», «Универс», 1993. – 192 с.
7. Кушлин В.И., Чичканов В.П. Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Гос. Регулирование экон. процессов.- М.: РАГС,2004. – 744 с.
8. Мочерний С.В. та ін. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 2. К.: Академія, 2000. - 864 с.

9. Саркисов С.Э. Менеджмент: Словарь- справочник. М.: Анкил, 2005.- 808 с.

10. Совершенствование хозяйственного механизма в пищевой промышленности / П.П. Борщевский, А.А. Заинчковский, В.С. Кучук; под общ. ред. П.П. Борщевского. – К.: Техніка, 1984. – 157 с.

11. Становлення інвестиційної моделі економічного зростання України // Економіка України. – 2004. - №6. – с. 4-11

12. Тридід О.М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства.- Х.: ХДЕУ, 2002. — 363 с.

13. Шеремет О.О. Організаційно-економічний механізм діяльності акціонерних товариств харчової промисловості України. – К.: РАДА, 2002.- 176 с.

Стаття надрукована в збірнику наукових праць НУХТ № 21, 2007, с.118 – 121.