

АНОТАЦІЯ

Бабаєв І.О. Конкурентоспроможність продукції підприємств борошномельної галузі. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка», галузь знань 05 – «Соціальні та поведінкові науки». – Полтавський державний аграрний університет, Полтава, 2023.

Дисертація є завершеним комплексним дослідженням, яке присвячене обґрунтуванню теоретико-методичних засад та розробці науково-практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств борошномельної галузі України.

У дисертації наведено результати комплексного дослідження стану конкурентоспроможності продукції підприємств борошномельної галузі України, її потенціалу та шляхів підвищення в умовах глобалізації.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в поглибленні теоретико-методичних засад, а також розробці науково-практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств борошномельної галузі України.

У дослідженні поставлено та вирішено такі завдання: розкрити економічну сутність конкурентоспроможності продукції підприємств борошномельної галузі, визначити її критерії; ідентифікувати основні чинники конкурентоспроможності продукції підприємств борошномельної галузі; узагальнити теоретико-методичні основи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств борошномельної галузі; проаналізувати сучасний стан виробництва та експорту продукції підприємств борошномельної галузі та визначити можливості реалізації його потенціалу; визначити особливості конкурентних умов на ринку борошномельної продукції; оцінити рівень конкурентоспроможності продукції підприємств борошномельної галузі на внутрішньому та світовому ринках; виявити напрями зміцнення конкурентоспроможності продукції

підприємств борошномельної галузі як суб'єктів ланцюгів формування доданої вартості; розглянути потенціал конкурентоспроможності виробництва органічного борошна; визначити сучасні маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств борошномельної галузі

На підставі аналізу наукової літератури з питань теорій конкуренції узагальнено етапи її дослідження та доповнено з урахуванням сучасних тенденцій у маркетингу, соціальному середовищі та глобальному економічному просторі таким етапом, як соціально-технологічний.

Визначено, конкурентоспроможність є комплексним та багатокомпонентним поняттям, яке застосовується по відношенню як до видів продукції, так і до підприємств, галузей, регіонів, національних економік. Поглиблено сутнісно-змістовне наповнення категорії «конкурентоспроможність продукції», яку обґрунтовано розглядати як сукупність властивостей продукції, що за ефективного, соціально відповідального та екологічно безпечного її виробництва забезпечують її відповідність вимогам споживачів та роблять її привабливішою за продукцію конкурентів на ринку, що дає можливість товаровиробнику проникати, підтримувати або розширювати свої позиції на ринку, забезпечувати сталий розвиток.

Узагальнено та доповнено напрацювання науковців щодо компонент (критеріїв) конкурентоспроможності, у складі яких для продукції підприємств борошномельної галузі запропоновані такі: сталість, витратно-цінова, ефективність, якість продукції та її відповідність стандартам, інноваційність; соціальна відповідальність виробника; екологічність; доступність та повнота інформації про продукт; репутація виробника; добросовісність конкуренції.

Доведено, що формування конкурентоспроможності знаходиться під впливом множини чинників, що об'єктивно ускладнює управління нею. Наведено узагальнену класифікацію чинників конкурентоспроможності

підприємств борошномельної галузі за групами: 1) ресурсні; 2) інноваційні; 3) мікроекономічні; 4) галузеві; 5) інфраструктурні та логістичні; 6) макроекономічні; 7) інституційно-регуляційні; 8) зовнішньоторговельні; 9) соціальні; 10) екологічні.

Відзначено, що конкурентоспроможність є багатокomпонентною характеристикою продукції, суб'єкта господарювання, регіону, галузі, країни, а також залежить від факторів часу та місця. На основі огляду наукових праць з оцінки конкурентоспроможності виявлено, що в економічній науці й практиці не сформувався єдиного підходу щодо вимірювання рівня конкурентоспроможності, а також стосовно того, за допомогою якого методу, переліку показників доцільно проводити оцінювання конкурентоспроможності продукції. Згруповано методи оцінювання конкурентоспроможності за об'єктом оцінки (методи позиціювання, конкурентних переваг, потенціалу конкурентоспроможності), за способом оцінювання (кількісні, якісні), за способом представлення результатів (дискретні; табличні; матричні; ранжування; графічні), а також показники оцінки – за кількістю характеристик: (одиничні; групові; інтегральні); за методом розрахунку (середніх величин; суми; співвідношення; індекси; експертних оцінок; бальної оцінки; інтервальної оцінки; ранжування), за критеріями конкурентоспроможності продукції.

Розвинуто методичні засади здійснення комплексної оцінки конкурентоспроможності продукції борошномельних підприємств та запропоновано систему показників за розробленим переліком критеріїв (компонент). Визначено етапи здійснення оцінки конкурентоспроможності, що враховують різноманіття її методів та показників, та яка може бути адаптована у відповідності до завдань дослідження, доступної інформації, виду оцінки за кількістю критеріїв та показників (комплексна, часткова, експрес-оцінка).

Запропоновано використовувати для експрес оцінки конкурентоспроможності продукції за витратно-ціновим критерієм

коефіцієнт модифікованої собівартості та індексу її змін, розрахунок яких заснований на урахуванні альтернативної вартості ресурсів, що використовуються у виробництві борошна.

Проаналізовано сучасний стан виробництва та експорту продукції підприємств борошномельної галузі. Доведено, що незважаючи на наявність сировинної бази та конкурентні переваги у ресурсному забезпеченні для борошномельних підприємств, які формує виробництва зернових в Україні, виробництво борошна в Україні протягом 2010–2022 рр. скорочувалося. Побудовано модель тренду виробництва борошна в Україні у 2015–2021 роки.

Виявлено, що після 2017 року експорт українського борошна зменшувався, та Україна вийшла з групи лідерів на світовому ринку борошна ще в довоєнні часи. Частка експорту українських борошномельних підприємств у обсягах виробництва, в обсягах українського експорту товарів, у вартості світового експорту є малою та не відповідає наявному потенціалу.

Доведено, що борошномельні підприємства мають резерви з нарощення обсягів виробництва та експорту борошна як з боку чинників виробництва, так і з боку чинників попиту.

Проаналізовано конкурентні умови ринку борошна в Україні., на основі розрахунку чотирьохчасткового показника концентрації встановлено, що ринок борошна не є монополізованим. Дослідження структури ринку борошномельної галузі засвідчив, що він відповідає моделі монополістичної конкуренції, на якому продукція диференційована за торговими марками, фізичними характеристиками борошна, репутацією товаровиробників; на ринку мають місце і цінова, і нецінова конкуренція.

Виявлено тенденції цін на борошно. Встановлено, що незважаючи на підвищення цін на борошно українського виробництва в національній валюті, рівень цін на борошно у європейських супермаркетах є вищим порівняно з ситуацією в Україні. На основі розрахунку коефіцієнту модифікованої собівартості борошна було підтверджено конкурентні переваги продукції

підприємств борошномельної галузі України на світовому ринку за витратно-цінвою компонентою.

Визначено, що до перспективних напрямків підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств борошномельної галузі за якісною компонентою слід віднести розробку нових видів борошна, у тому числі з домішками та добавками, виробництво органічного борошна впровадження сучасних систем менеджменту якості, їх сертифікацію.

Проведено оцінку конкурентоспроможності борошна провідних виробників Харківської області за запропонованими критеріями.

Встановлено, що конкурентоспроможність продукції борошномельних підприємств в умовах сформованих агропродовольчих ланцюгів доданої вартості залежить від структури та процесів у цих ланцюгах, насамперед, за витратно-цінвою компонентою, компонентами ефективності, якості, доступності та повноти інформації про продукт.

Агропродовольчий ланцюг доданої вартості з виробництва та доведення борошна до кінцевих споживачів розглядається як система, що охоплює всіх суб'єктів, поєднаних відносинами у послідовному ланцюгу додавання вартості, від виробництва зернових культур, їх переробки та виробництва борошна до підприємств з виробництва хлібобулочних виробів, печива, громадського харчування, оптових і роздрібних продавців, експорту.

Проаналізовано цінову трансмісію в агропродовольчому ланцюзі виробництва і реалізації борошна, оскільки витратно-цінова компонента конкурентоспроможності продукції знаходиться під її впливом. Шляхом розрахунку коефіцієнтів кореляції було підтверджено тісний зв'язок між річними індексами цін сільськогосподарських товаровиробників на зернові, підприємств-виробників борошна та цін на борошно у роздрібній мережі. Проведене дослідження трансмісії ціни на ланках підприємств виробників борошна та підприємств роздрібної торгівлі показало асиметричність у трансмісії цін за амплітудою змін та часом. Роздрібні мережі перекладали підвищення цін виробниками на споживачів, збільшуючи ціни на борошно

більшою мірою, ніж вони зростали на ланці підприємств-виробників борошна.

Визначено, що значні можливості підвищення конкурентоспроможності продукції борошномельних підприємств містяться в удосконаленні відносин між суб'єктами та запровадженні відповідних економіко-організаційних заходів у межах агропродовольчого ланцюга, які, зокрема, включають, поглиблення інтеграції між суб'єктами ланцюга та розбудову їх логістичних систем; впровадження інтегрованих систем управління якістю продукції; розроблення та проведення спільної інноваційної політики; створення сумісних лабораторій конкурентоспроможності, як інформаційно-аналітичних платформ; формування експортних консорціумів; сумісний маркетинг продукції; поєднання політик щодо соціально-відповідальної поведінки, екологічної сталості виробництва та інші.

Розглянуто стан та перспективи розвитку виробництва органічного борошна в Україні з урахуванням його впливу на екологію та ресурсозбереження. Доведено, що в Україні виробництво органічного борошна має ресурсний потенціал для розвитку та підвищення його конкурентоспроможності, у тому числі в межах глобальних агропродовольчих ланцюгів. Запропоновано експрес-оцінку порівняльного ефекту виробництва органічного борошна здійснювати на основі індексу відносної дохідності.

Обґрунтовано основні інструменти діджитал-маркетингу, які є найбільш ефективними для підвищення конкурентоспроможності продукції борошномельних підприємств, зокрема, контент-маркетинг та використання QR-кодів, контекстна реклама, просування бренду в соціальних мережах, та які мають бути сфокусовані на маркетингу якості продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ринок, борошно, зерно, борошномельні підприємства, борошномельна галузь, ціна, ефективність, якість, експорт, агропродовольчий ланцюг, органічне виробництво, екологічність, діджиталізація, маркетинг.

ANNOTATION

Babaiev I.O. Competitiveness of products of enterprises of the flour milling industry. – Manuscript.

Dissertation for the scientific degree of Doctor of Philosophy in specialty 051 "Economics", field of knowledge 05 - "Social and behavioral sciences". – Poltava State Agrarian University, Poltava, 2023.

The dissertation is a completed comprehensive study, which is devoted to the generalization of theoretical and methodological principles and the development of scientific and practical recommendations for increasing the competitiveness of the products of enterprises of the flour milling industry of Ukraine.

The dissertation presents the results of a comprehensive study of the state of competitiveness of the products of enterprises of the flour milling industry of Ukraine, its potential and ways of improvement under conditions of globalization.

The scientific novelty of the obtained results are the deepening of the theoretical and methodological foundations, as well as the development of scientific and practical recommendations for increasing the competitiveness of the products of enterprises of the flour milling industry of Ukraine.

The following tasks were set and solved in the study: to reveal the economic essence of the competitiveness of the products of flour milling enterprises, to determine its criteria; to identify the main factors of the competitiveness of the products of enterprises of the flour milling industry; generalize the theoretical and methodological bases of evaluating the competitiveness of products of enterprises of the flour milling industry; to analyze the current state of production and export of products of flour milling enterprises and to determine the possibilities of realizing its potential; to identify the features of competitive conditions in the market of flour milling products; to assess the level of competitiveness of products of enterprises of the flour milling industry on the domestic and world markets; to identify directions for strengthening the competitiveness of the products of enterprises of the flour milling industry as a part of added value chains; to consider

the competitiveness potential of organic flour production; to determine modern marketing tools for increasing the competitiveness of products of enterprises of the flour milling industry

Based on the analysis of the scientific literature on competition theories, the stages of its research were summarized and added by the socio-technological stage, taking into account modern trends in marketing, the social environment, and the global economic space.

There was determined that competitiveness is a complex and multi-component concept, which is applied both to products, enterprises, industries, regions, and national economies. The content of the category “product competitiveness” is considered as a set of product properties that ensure its compliance with consumer requirements and make it more attractive than competitors’ products on the market, which enables the manufacturer to penetrate, maintain or expand their positions on the market, ensure sustainable development.

The scientific publications on the components (criteria) of competitiveness has been summarized and added, the following components of competitiveness of the products of the flour milling enterprises are proposed: sustainability, cost-price, efficiency, product quality and its compliance with standards, innovativeness; social responsibility of the producer; environmental friendliness; availability and completeness of product information; reputation of the producer; fair competition.

The author proved that the formation of competitiveness is under the influence of many factors, which objectively complicates its management. A generalized classification of factors of competitiveness of enterprises of the flour milling industry by groups is developed, it includes following group of factors: 1) resource-related; 2) innovative; 3) microeconomic; 4) sectoral; 5) infrastructure and logistics; 6) macroeconomic; 7) institutional and regulatory; 8) foreign trade; 9) social; 10) ecological.

It was noted that competitiveness is a multi-component characteristic of products, enterprise, region, industry, country, and depends on factors of time and place. Based on the review of scientific works on the assessment of

competitiveness, it was found that a unified approach to measuring the level of competitiveness has not been formed in economic science and practice, as well as method and list of indicators to evaluate the competitiveness of products. Competitiveness assessment methods were grouped by the object of assessment (methods of positioning, competitive advantages, competitiveness potential), by mode of assessment (quantitative, qualitative), by the method of results presentation (discrete; tabular; matrix; ranking; graphic), as well as assessment indicators were grouped by the number of characteristics: (single; group; integral); according to the method of calculation (average values; sums; ratio; indices; expert evaluations; point evaluation; interval evaluation; ranking), according to the criteria of product competitiveness.

Methodological principles for comprehensive assessment of the competitiveness of products of flour milling enterprises have been developed and a system of indicators based on the developed list of criteria (components) has been proposed. The stages of the evaluation of competitiveness were defined, this evaluation takes into account the variety of its methods and indicators, can be adapted in accordance with the objectives of the research, available information, the type of evaluation by the number of criteria and indicators (comprehensive, partial, express evaluation).

The coefficient of the modified costs and the index of its changes were proposed to use for the evaluation of cost-price component of competitiveness. The calculation of these indicators is based on the alternative value of resources used in the production of flour.

The current state of production and export of flour milling enterprises was analyzed. It has been proven that despite the availability of raw materials (grain) and competitive advantages in resource provision for flour milling enterprises, flour production decreased in Ukraine in 2010–2022. A model of the flour production trend in Ukraine in 2015-2021 was built.

It was found that after 2017, the export of Ukrainian flour decreased, and Ukraine left the group of leaders in the world flour market even before the war.

The share of exports of Ukrainian flour milling enterprises in the volume of production, in the volume of Ukrainian exports of goods, in the value of world exports is small and does not correspond to the available potential.

It has been proven that flour milling enterprises have reserves for increasing the volume of production and export of flour both from the side of production factors and from the side of demand factors.

The competitive conditions of the flour market in Ukraine were analyzed. The CR4 (concentration ratio) indicator was calculated and its level showed that the flour market is not monopolized in Ukraine. A study of the market structure of the flour milling industry proved that it corresponds to the model of monopolistic competition, in which products are differentiated by trademarks, physical characteristics of flour, and the reputation of product manufacturers; there is both price and non-price competition in the market.

Trends in flour prices have been revealed. It was established that despite the increase in the prices (in the national currency) of flour produced in Ukraine, the level of prices of flour in European supermarkets is higher compared to the situation in Ukraine. Based on the calculation of the coefficient of the modified costs of flour, the competitive advantages of the products of the enterprises of the flour milling industry of Ukraine on the world market by the cost-price component were confirmed.

It was determined that the development of new types of flour, including those with impurities and additives, the production of organic flour, the introduction of modern quality management systems, and their certification should be included among the promising areas of increasing the competitiveness of the flour mill industry's products by quality component.

The evaluation of the competitiveness of flour of the leading producers of the Kharkiv region was carried out according to the proposed criteria.

It was established that the competitiveness of the products of flour milling enterprises in the agro-food chains depends on the structure and processes in these chains, primarily in terms of the cost-price component, the component of

efficiency, quality, availability and completeness of information about the product.

The agro-food chain of added value from the production of flour and delivery of it to final consumers is considered as a system that includes all subjects connected by relations in a chain of value creation and addition, from the production of grains, their processing and flour production to enterprises for the production of bakery, cookies, catering chains, wholesalers and retailers, exports, and consumers.

The price transmission in the agro-food chain of production and sale of flour was analyzed, since the cost-price component of product competitiveness is under its influence. The tight relationship between the annual price indices of agricultural commodity producers for grain, flour-producing enterprises and prices for flour in the retail network was confirmed by calculating the correlation coefficients. The conducted study of price transmission at the stage of flour milling enterprises and enterprises of retail trade showed asymmetry in the transmission of prices according to the amplitude of changes and time. Retailers increased flour prices to a greater extent than they increased in the chain of flour-producing enterprises, so retailers transferred price growth to consumers and reduced the competitiveness of flour producers' product.

In the thesis there was determined that significant opportunities to increase the competitiveness of the products of flour milling enterprises are contained in the improvement of relations between all members of the agri-food chain and the introduction of appropriate economic and organizational measures, which include, deepening the integration between the members of the chain and the development of their logistics systems; implementation of integrated product quality management systems; development and implementation of joint innovation policy; creation of compatible competitiveness laboratories as information and analytical platforms; formation of export consortia; compatible product marketing; adjustment of policies regarding socially responsibility, environmental sustainability of production and others.

The state and perspectives for the development of organic flour production

with its impact on the ecology and resource saving in Ukraine were considered. It has been proven that the production of organic flour has resource potential for its developing and increasing its competitiveness in Ukraine, including along global agri-food chain. It was proposed to perform an express assessment of the comparative effect of organic flour production on the basis of the relative profitability index.

The main digital marketing tools, that are more efficient to increase the competitiveness of products of flour mill enterprises, are substantiated, including content marketing and using QR Codes, context advertising, brand promotion and social media marketing (SMM), which should be focused on product quality marketing.

Key words: competitiveness, market, flour, grain, flour milling enterprises, flour milling industry, price, efficiency, quality, export, agri-food chain, organic production, ecology, digitalization, marketing.