Bogdanovich O.A. Research of production of gross goods and of a particular branch structure of agriculture in Ukraine and on regions

Increase of efficiency of agricultural production by the improvement of its structure related to the necessity to provide food safety of region and its economic development. The feature of activity of modern agricultural association is quantitative and high-quality imperfection of a branch structure of production, that entails the issue of uncompetitive products. A problem is especially actual in the conditions of growth of competition at the agrarian market which complicates the process of realization of products for a local producer and worsens his financial position.

Keywords: *gross products, of a particular branch structure, plant-grower, stock-raising, agriculture, efficiency.*

Рецензент – *Левкіна Р.В., д.е.н., професор*

УДК 339.137.2[3-4] : 001.891.34

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

БОГОМОЛОВА К.С., АСПІРАНТ*,*
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

Постановка проблеми у загальному вигляді. Реалії сьогодення ставлять перед підприємствами постійні випробування. Намагаючись відповідати сучасним вимогам споживачів, бути спроможними запропонувати якісні товари, підприємства повинні постійно працювати в напрямку підвищення конкурентоспроможності своєї продукції. Перед вітчизняними товаровиробниками постає задача створити продукцію конкурентоспроможною не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринках. Існує багато факторів, які впливають на формування конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Саме за допомогою розроблених підходів стає можливим дослідити створення конкурентоспроможної продукції на кожному етапі її виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності агропромислових підприємств було і залишається актуальним для науковців. Визначенню рівня

---

* *Науковий керівник – Красноруцький О.О., д.е.н., професор*

конкурентоспроможності продукції велику увагу приділили у своїх дослідженнях О.О. Школьний, М.Й. Малік, О.А. Нужна, Іванов Ю.Б., В.К. Збарський, М.А. Місевич, А.О. Станкевич, І.І. Червен, Л.А. Євчук, Д.Г. Легеза та інші вчені.

Цілі статті. Метою даної публікації є систематизація існуючих методик оцінки конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність виступає найважливішим критерієм доцільності діяльності підприємства, умовою ефективного здійснення торговельних операцій, основою вибору засобів і методів виробничо-господарської діяльності, запорукою успіху за ринкових відносин. Однією з основних умов чи гарантій конкурентоспроможності підприємства є випуск конкурентоспроможної продукції [1, С. 12].

Ринок сільськогосподарської продукції характеризується високим рівнем конкурентоспроможності виробників та окремих видів сільськогосподарської продукції. Разом з тим, ринок сільськогосподарської продукції є прикладом панування нецінової конкуренції, де суперництво ведеться за допомогою вищої якості порівняно з товарами конкурентів.

Категорії «конкурентоспроможність» та «якість» не тотожні, вважає російський вчений Й.М. Лифиц [2]. В своїй роботі вчені В.К. Збарський та М.А. Місевич [1, С. 41] до суттєвих різниць між якістю та конкурентоспроможністю відносять наступне: по-перше, якість товару – це поняття абсолютне, а конкурентоспроможність товару – відносне, яке може бути виявлене тільки в порівнянні з іншими товарами; по-друге, якість забезпечується в процесі виробництва, а конкурентоспроможність можна визнати, лише запропонувавши товар на ринку.

Конкурентоспроможність товару як сукупності певних характеристик, вимагає математичного обґрунтування. Беручи за основу співвідношення ціна-якість, припустимо, що конкурентоспроможність товару це:

$$К = \frac{Я}{Ц_{спож}}, \quad (1)$$

де К – конкурентоспроможність товару, Я – якість товару, $Ц_{спож}$ - ціна споживання.

Однак, якщо виходити з позиції вигідності для споживача, а в багатьох випадках це може бути не кінцевий споживач, то якість продукції не завжди точно відображає очікуваний ефект, доцільніше було б використати поняття корисного ефекту. В такому випадку формула (1) матиме вигляд:

$$K = \frac{E_{кор}}{Ц_{спож}}, \qquad (2)$$

де К — конкурентоспроможність товару (питомий корисний ефект), $E_{кор}$ — технічні параметри товару (корисний ефект від використання товару); $Ц_{спож}$ – ціна споживання.

Найчастіше в економічній літературі зустрічаємо саме таку формулу розрахунку конкурентоспроможності товару. Проте, у деяких випадках, якщо весь корисний ефект від споживання продукції буде зведено до отримання прибутку ($E_{кор} = П_{спож}$), вона може бути спрощена до поняття ефективності:

$$K = \frac{П_{спож}}{Ц_{спож}}, \qquad (3)$$

де $П_{спож}$ - прибуток від споживання.

Враховуючи те, що конкурентоспроможність ми визначили як сукупність характеристик, а не їх відношення, і поставили умову, що ціна споживання теж належить до цієї сукупності, представимо дещо по-іншому формулу (3):

$$K = E_{кор} \times \frac{1}{Ц_{спож}} \qquad (4)$$

Отже, ми отримали обернену пропорцію корисного ефекту і ціни споживання. Таким чином, чим вищий корисний ефект і нижча ціна, тим вища конкурентоспроможність товару. Оптимальні умови конкурентоспроможності товару можна представити як вираз:

$$K = E_{кор} \times \frac{1}{Ц_{спож}} \rightarrow \max \qquad (5)$$

Існує методика, за допомогою якої можна визначити конкурентоспроможність товару з позиції вигідності для споживача і

ефективності для виробника. Отже, згідно досліджень, споживачі купуватимуть той товар, у якого відношення корисного ефекту (Р) до витрат на його купівлю і використання (С) буде більшим, ніж у інших альтернативних товарів:

$$K = \frac{P}{C} \rightarrow max \tag{6}$$

В економічній літературі зустрічаємо багато думок щодо показників, які характеризують конкурентоспроможність продукції. Науковець М.І. Малиш [3, С. 287] пропонує характеризувати конкурентоспроможність трьома групами показників: технічними, економічними, організаційними. О.В. Білан [4] об'єднує ці показники в чотири групи: нормативно-правові, техніко-економічні, комерційні та інформаційні.

Ми цілком погоджуємося з дослідником М.П. Канінським [5], який пропонує наступний перелік показників рівня конкурентоспроможності: техніко-технологічні, організаційно-економічні, екологічні та нормативно-правові. Техніко-технологічні характеризують науково-технічний рівень продукції, відповідність певним технічним рекомендаціям, нормам, стандартам. Економічні показники враховують обсяги виробництва продукції, витрати на її виробництво, канали реалізації, насичення ринку даним товаром, рівень купівельної спроможності покупців, ціни реалізації. Організаційні характеризують способи просування товарів на ринок, умови поставок і платежів, систему знижок. Екологічні націлені на зберігання природних чинників, бо вони є одними з визначальних у виробництві продукції рослинництва, оскільки формують основні ресурси виробництва. Ці чинники не створюються людиною, а лише використовуються. Їхня цінність полягає в обмеженості та невідтворюваності, що обумовлює необхідність раціонального та ощадливого використання. Нормативно-правові спрямовані на формування законодавчої та нормативно-правової бази, яка б чітко окреслила державну політику у сфері аграрного виробництва, формування національної системи сертифікації, затвердження правил, стандартів і чіткої, ефективної системи державної підтримки та стимулювання розвитку сільськогосподарського виробництва.

Наслідком того, що конкурентоспроможність товару є величина відносна, оцінка конкурентоспроможності товару здійснюється шляхом зіставлення параметрів аналізованої продукції з показниками

товару конкурента (базовим зразком). Вчені [6] вважають доцільним використовувати диференціальний, комплексний та змішаний методи оцінки.

Диференціальний метод заснований на використанні одиничних параметрів аналізованої продукції, бази порівняння та на зіставленні параметрів. Розрахунок одиничного показника конкурентоспроможності визначається за формулою:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{io}} \times 100\%, \qquad (7)$$

де q_i – одиничний параметричний показник конкурентоспроможності по і-му параметру (i = 1, 2, 3, …, n); P_i - величина і-го параметру для аналізованої продукції; P_{io} - величина і-го параметру, при якому потреба задовольняється цілком; n – кількість параметрів.

Параметрами при визначенні рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції можуть бути: властивості призначення (органолептичні та фізико-хімічні показники, маркування), естетичні та екологічні властивості, показники безпеки продуктів, а також показники зберігання і транспортабельності [7, С.146].

Якщо за базу прийняти товар-зразок, то конкурентоспроможність можна обчислювати за формулами:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{io}} \times 100\%, \qquad (8)$$

$$q_i^{'} = \frac{P_{io}}{P_i} \times 100\%, \qquad (9)$$

де P_i – числове значення і-го показника якості оцінюваної продукції; P_{io} - числове значення і-го показника якості базового зразка; q_i , $q_i^{`}$ - одиничні показники конкурентоспроможності за i - им технічним параметром.

Формула (8) використовується, коли збільшенню абсолютного значення показника якості відповідає покращення якості продукції. За цією формулою можна визначити відносний показник якості для потужності, терміну використання, продуктивності, точності, коефіцієнта корисної дії і ін. За формулою (9) відносний показник

якості визначається тоді, коли збільшення абсолютного значення показника якості продукції відповідає її погіршенню. За цією формулою визначають відносний показник для собівартості витрат матеріалу, палива, енергії, вмісту шкідливих домішок, трудомісткості, параметру потоку відмов та інших, оскільки у цих випадках покращання якості визначається зменшенням абсолютного значення одиничного показника. Одиничний показник відображає відсоткове співвідношення показників одного й того самого параметру порівнюваних товарів.

Білан О.В. [4, С. 7] пропонує для оцінки конкурентоспроможності продукції рослинництва застосовувати диференційований підхід, оскільки частина продукції рослинництва використовується в подальшому процесі відтворення як сировина та може виступати товаром для кінцевого її споживача.

Недоліком цього методу оцінки конкурентоспроможності продукції можна вважати той факт, що не враховується вплив вагомості кожного параметра на прихильність покупців при виборі продукції.

На думку А.О. Шепіцена, диференційний метод лише дає можливість визначити, чи досягнуто рівень конкурентоспроможності; якщо не досягнуто, то за якими показниками, та які параметри відрізняються від базових. Диференційний метод лише констатує, чи є конкурентоспроможною продукція АПК та які у ній недоліки у порівнянні з конкурентною продукцією [8, С. 286].

Комплексний метод застосовують у випадку, коли для характеристики якості товару використовується сукупність параметрів, що описують яку-небудь властивість. Він заснований на використанні комплексних (групових, інтегральних, узагальнених) показників або зіставленні питомих корисних ефектів аналізованої продукції. При цьому окремо розраховують груповий показник по нормативних, технічних, економічних показниках. Груповий показник поєднує одиничні показники та характеризує ступінь задоволення потреби загалом.

Розрахунок групового показника конкурентоспроможності продукції за нормативними параметрами здійснюється за формулою:

$$I_{нп} = \prod_{i=1}^{n} q_{ni}, \qquad (10)$$

де: $I_{нп}$ - груповий показник за нормативними параметрами; q_{ni} - одиничний показник і-го параметру; n - кількість нормативних параметрів, що підлягають оцінюванню.

Нульове значення хоча б одного з одиничних параметрів означає невідповідність параметру нормам чи стандартам, відповідно, груповий показник теж дорівнює нулю. Таким чином, товар виявляється неконкурентоспроможним незалежно від оцінки інших параметрів.

Розрахунок групового показника конкурентоспроможності продукції за технічними параметрами (крім нормативних) здійснюють за формулою:

$$I_{mn} = \sum_{i=1}^{n} q_i a_i, \qquad (11)$$

де, I_{mn} – груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами; a_i - вагомість і-го параметра в загальному наборі з n - технічних параметрів [9, С. 234].

Коефіцієнти вагомості показників визначаються експертним шляхом. Отриманий груповий показник I_{mn} характеризує ступінь відповідності даного товару існуючій потребі за всім спектром технічних параметрів. Чим він вищий, тим повніше задовольняються потреби споживача.

Розрахунок групового показника за економічними параметрами здійснюється на основі визначення повних витрат споживача на придбання та споживання (експлуатацію) продукції. Специфічність сільськогосподарської продукції виключає параметр витрат на споживання (експлуатацію) продукції, бо він є нехарактерним для неї.

$$I_{en} = \frac{З}{З_o}, \qquad (12)$$

де I_{en} – груповий показник за економічними параметрами; $З$, $З_o$ – одноразові витрати на придбання аналізованої продукції, що оцінюється та зразка.

Наступним кроком є розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності за формулою:

$$K = I_{нп} \times \frac{I_{mn}}{I_{en}}, \quad (13)$$

де К – інтегральний показник конкурентоспроможності продукції, яка вивчається по відношенню до виробу-зразку [9, С. 235].

Здійснивши ряд простих підстановок, отримаємо зведену формулу інтегрального показника:

$$K = \frac{\prod_{i=1}^{n} q_i \times \sum_{i=1}^{n} q_i a_i \times З_o}{З} \quad (14)$$

Оцінка показника конкурентоспроможності залежить від бази порівняння. Якщо за базу взяти максимальний рівень споживчої потреби, то, чим ближчим буде значення К до одиниці, тим, відповідно, більш конкурентоспроможним буде досліджуваний товар. Одиниця в даному випадку означатиме ідеальний товар. Якщо ж базою порівняння буде товар-зразок, то конкурентоспроможність досліджуваного товару визначатиметься співвідношенням К і одиниці. Якщо К<1, то досліджуваний товар поступається зразку за конкурентоспроможністю, а якщо К>1, то перевищує, при рівній конкурентоспроможності К=1.

Іноді, при аналізі конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, особливо дослідженні великих партій умовно однорідної продукції, наприклад, зерна, доцільно провести декілька вибірок, і проаналізувати кожну з них. Інтегральний показник по вибраній групі можна обчислити як середньозважений по кожній вибірці:

$$K_{ср} = \sum_{i=1}^{N} K_i \times R_i, \quad (15)$$

де $K_{ср}$ - інтегральний показник конкурентоспроможності продукції по групі зразків; K_i показник конкурентоспроможності і-го зразка; R_i - вагомість і-го зразка в групі (при вибірці рівних зразків, наприклад, тисячі зерен, $R_i = \frac{1}{N}$); N - кількість досліджуваних зразків. При змішаному методі використовується частина параметрів обчислених диференціальним методом і частина параметрів обчислених комплексним методом [9, С. 202].

Багато дослідників приділяють велику увагу ціні як одному з показників оцінки конкурентоспроможності. Науковець Г. Пастернак-Таранущенко пропонує формулу коефіцієнта конкурентоспроможності, який розраховується як відношення цін продукції [10, С. 34]:

$$K_к = \frac{P_p}{P_e}, \tag{16}$$

де: P_p - ціна продукції; P_e - ціна еталона продукції.

В даному випадку мова йде про ціну, яку покупець згоден сплатити за продукт.

Зазвичай ціна еталона приймається на рівні продукції того ж виду, що реалізується на ринку по найвищій ціні. При розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності в сільському господарстві за еталон пропонується брати значення показника в найбільш прибутковий рік, а саме – базисний рік або період.

Ми вважаємо, що фактор ціни, безумовно, виступає важливим елементом у формуванні конкурентоспроможності продукції, насамперед, для покупця. З боку виробника доцільним є розрахунок конкурентоспроможності товару, враховуючи його собівартість. Отже, на нашу думку, при визначенні конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції необхідно застосовувати в розрахунках рівень рентабельності.

Не можна не враховувати впливу маркетингової політики підприємства на оцінку рівня конкурентоспроможності продукції. Адже саме маркетингова стратегія націлена на завоювання симпатії покупця. Психологія споживача передбачувана: із двох ідентичних товарів за якістю він, швидше за все, віддасть перевагу тому, який має більш низьку ціну, а при збігу ціни - товару з найвищими споживчими властивостями. Таким чином, виробнику слід направити усі свої сили на зниження ціни (шляхом оптимізації собівартості і зниження рівня експлуатаційних витрат), або - на підвищення якості. Відповідно, на кінцеве рішення вплинуть нецінові фактори конкурентоспроможності, такі як мінімізація термінів постачання товарів; створення й удосконалення системи збуту; сервісу; поліпшення служби сервісу.

Оцінку конкурентоспроможності можна представити графічним методом на підставі побудови багатокутників. Цей метод дозволяє наглядно представити умови конкуруючих між собою товарів різних підприємств-конкурентів.

Для створення багатокутника задаємо фактори конкурентоспроможності: якість (згідно стандарту), ціна, органолептичні показники, екологічність, асортимент. Вважається, що найбільш конкурентоспроможним є той товар, який має оптимальне співвідношення характеристик за формулою:

$$К_т = \frac{Я_т}{Ц_т}, \quad (17)$$

Де $К_т$ - показник конкурентоспроможності товару; $Я_т$ – показник якості товару; $Ц_т$ – ціна товару.

Результатом побудови багатокутників конкурентоспроможності товарів є отримання товаровиробником можливість встановити переваги і недоліки як свого товару, так і конкурентів, на основі певних показників.

Висновки. Слід зауважити, що конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства взаємопов'язані між собою. В сучасних умовах високий рівень конкурентоспроможності підприємств залежить, насамперед, від високого рівня конкурентоспроможності продукції. В ході розгляду матеріалів статті доведено, що аналіз рівня конкурентоспроможності продукції виступає важливим інструментом у конкурентній боротьбі, за допомогою якого можна виявити проблемні сторони, визначити конкурентні переваги, а, отже, необхідно удосконалювати методологію дослідження процесу формування конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

Література.

1. Збарський В.К., Конкурентоспроможність високотоварних сільсько-господарських підприємств / В.К. Збарський, М.А. Місевич; за ред. професора В.К. Збарського. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 310 с.

2. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: учебное пособие / И.М. Лифиц. – М.: Эрайт-Издат, 2004. – 335 с.

3. Аграрная экономика: Учебник 2-е изд. перераб. и доп. / Под ред. М.И. Малыша. – СПб.: Изд-во "Лань", 2002. – 688 с.

4. Білан О.В. Забезпечення конкурентоспроможності продукції рослинництва в сільськогосподарському комплексі регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.. екон. наук / О.В. Білан. – Ч., 2012. – 20 с.

5. Канінський М.П. Ринкова конкуренція і конкурентоспроможність продукції // Формування та функціонування ринку агропромислової продукції / За ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – С.292–329 (1,5 друк. арк.).

6. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К., 2006. – 384 с.

7. Азарян О.М. Маркетинг: принципи і функції: навчальний посібник для вузів /За ред. О.М. Азарян – К.: НМЦВО Мін. освіти і науки України, 2001 – 320 с.

8. Шепіцен А.О. Дослідження і обґрунтування методики визначення конкурентоспроможності продукції АПК / А.О. Шепіцен // Вісник Житомирського інженерно-технологічного інституту. — 2002. – Вип.21. – С.286-293. – (Сер. «Економічні науки»)

9. Немцов В.Д., Стратегічний менеджмент.: навч.посіб. для студ. вищ. навч. закладів / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. − К.: ТОВ "УВПК "ЕксОб", 2004. − 559 с.

10. Пастернак-Таранушенко Г. Конкуренция. Курс лекций и практических занятий на русском и украинском языках. / Г. Пастернак-Тарашенко, В. Рожок- К.: ЦУЛ.-2002. – 322 с.

11. Краснорyцький О. О. Державне регулювання аграрної сфери та динаміка конкурентоспроможності її суб'єктів / О. О. Краснорyцький // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. — № 150. — 2014. — С. 9-18.

Богомолова К.С. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції

В статті досліджено актуальні питання конкурентоспроможності продукції. Розглянуто основні підходи до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції дає можливість відокремити працю товаровиробників від праці підприємців, що задіяні в процесі її переробки, виявити фактори, які впливають на формування собівартості виготовленої продукції, провести аналіз показників якості сільськогосподарської продукції та сформувати ціну сировини та готової продукції, ідентифікувати конкурентні аграрні підприємства та розробити заходи щодо їх підтримки для виходу на міжнародні ринки, намітити рішення з питань діяльності неконкурентоспроможних підприємств агропромислового комплексу.

Ключові слова: *конкурентоспроможність, продукція, товаровиробник, собівартість, якість, ціна.*

Богомолова Е.С. Методические подходы к оценке конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции

В статье исследованы актуальные вопросы конкурентоспособности продукции. Рассмотрены основные подходы к оценке конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. Оценка конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции дает возможность отделить труд товаропроизводителей от работы предпринимателей, задействованных в процессе ее переработки, выявить факторы, влияющие на формирование себестоимости произведенной продукции, провести анализ показателей

качества сельскохозяйственной продукции и сформировать цену сырья и готовой продукции, идентифицировать конкурентные аграрные предприятия и разработать мероприятия по их поддержке для выхода на международные рынки, наметить решения вопросов деятельности неконкурентоспособных предприятий агропромышленного комплекса.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, продукция, товаропроизводитель, себестоимость, качество, цена.*

Bogomolova KS Methodological approaches to assessing competitiveness of agricultural products

In article the urgent questions of production competitiveness are investigated. The basic approaches to assessing the competitiveness of agricultural products. The assessment of competitiveness of agricultural products makes it possible to separate the work of producers work of entrepreneurs involved in the processing, identify factors that affect the formation of prices of manufactured products, provide analysis of indicators of quality of agricultural products and establish the price of raw materials and finished products, identify competitive farms and develop measures to support them to enter international markets, identify decision on uncompetitive industries of agriculture.

Keywords: *competitiveness, products, manufacturers, cost, quality and price.*

Рецензент – *Майданевич П.М., д.е.н., доцент, професор*

УДК 657.92

ПЕРЕОЦІНКА АКТИВІВ ЯК НАПРЯМ ПРОТИДІЇ ІНФЛЯЦІЇ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

ВАСИЛІШИН С.І., К.Е.Н., ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.В. ДОКУЧАЄВА, САРА; СТУПНИЦЬКИЙ Є.Р., КЕРІВНИК ГРУПИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВІДДІЛУ МЕТОДОЛОГІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДЕПАРТАМЕНТУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ «ДТЕК СЕРВІС», DIPIFR,CAP,DIPFA/CIPA

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах нестабільності національної економіки за рахунок поглиблення кризових та інфляційних процесів у країні, нестійкого фінансового стану багатьох підприємств, відбулося зниження обсягів капітальних інвестицій та значної зношеності більшості об'єктів їх основних засобів.