

5. Сотченко Ю. Оплата праці та напрями її вдосконалення в умовах економічної кризи / Ю. Сотченко // Держава та регіони — 2006. — №6. — С. 433-436
6. Праця в Миколаївській області за 2011 рік. Головне управління статистики у Миколаївській області // Статистичний бюлетень. — 2012. — 114 с
7. Харун О.А. Мотиваційні особливості встановлення форм і систем оплати праці на підприємствах / О.А. Харун // Вісник ХНУ. — 2006. — №1. — С.84-87

УДК: 339.137.2: 658.62

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Олексенко С.В. – аспірант, Херсонський державний університет

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність продукції - це показник, що комплексно оцінює характеристики продукції та може слугувати базою для фермерського господарства, яке бажає вийти на нові ринки збуту. Правильно зроблена оцінка показника конкурентоспроможності продукції дозволить зменшити ризики, які можуть виникнути у діяльності фермерського господарства у новому маркетинговому середовищі, і, навпаки, якщо оцінка зроблена невірно, це може привести до великих втрат та зниження загальної ефективності діяльності господарства. У зв'язку з цим необхідно, щоб показник конкурентоспроможності продукції враховував якомога більшу кількість детермінантів, які об'єктивно впливали на конкурентоспроможність.

У країнах з розвинутою ринковою економікою поняття «внутрішня» та «міжнародна» конкурентоспроможність продукції ототожнюються та висвітлюються однаково. Це пов'язано з інтеграційними процесами, у наслідок чого конкурентне середовище господарюючого суб'єкта розширюється за межі національної економіки. Але якщо розглядати країни з перехідною економікою, до яких належить також Україна, то конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному ринках необхідно розглядати окремо. У зв'язку з процесом входження України до Світової організації торгівлі стає необхідним використовувати показник конкурентоспроможності продукції не тільки для оцінки стану господарюючого суб'єкта на внутрішньому ринку, але й урахувати фактор глобального середовища [9, с. 40].

Стан вивчення проблеми. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності продукції широко висвітлені зарубіжними та вітчизняними вченими-економістами. Питання оцінки конкурентоспроможності продукції досліджували вітчизняні економісти Саблук П., Шпичак О., Юдін М., Балабанова Л.В., Холод В.В., Осипов В.Н., Диленко В.А., Стрелец А.А. та інші. У їхніх наукових працях висвітлено різні підходи до оцінювання конкурентоспроможності продукції.

Але поза увагою залишилися проблеми, які пов'язані з оцінкою конкурентоспроможності продукції фермерських господарств в умовах глобалізації економіки, а також урахування регіонального фактору та іміджу господарюючого суб'єкта, що впливають на конкурентоспроможність продукції.

Завдання і методика досліджень. Завданням даної статті є дослідження сучасних підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції фермерських господарств.

Результати досліджень. Конкурентоспроможність продукції можливо розглядати як одну із складових конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта. Між тим, конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта залежить також від інтелектуального потенціалу, у зв'язку з цим конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта необхідно вже розглядати як систему, яка повинна управляти інтелектуальним потенціалом з метою найефективнішого використання усіх факторів виробництва. Узагалі, конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта може бути оцінена з позиції ефективності менеджменту з використання інтелектуального потенціалу суб'єкта господарювання.

Конкурентоспроможність продукції слід розглядати як симбіоз наступних основних систем показників, які повною мірою характеризують товар: якість товару, якість додаткових послуг, економічна характеристика товару. Фактор глобального середовища необхідно виділити в окрему систему, тому що в умовах посилення інтеграції ринкового простору він набуває великого значення для конкурентоспроможності товару.

Ще одним показником, що впливає на конкурентоспроможність продукції, є сервісна підтримка товару (своєчасна поставка товару в необхідне місце). В умовах сервісної економіки збільшити прибуток від упродовження товару на ринок може сприятливе фірмове обслуговування.

Конкурентоспроможний товар повинен відповідати таким вимогам [9 с. 40]:

- ліквідність – користуватися попитом на відповідному ринку;
- наукоємність – у частину ціни товару мають входити інноваційні витрати;
- технологічність – простота виробництва та експлуатації.

І. Синишин стверджує, що оцінка конкурентоспроможності товарів повинна бути поділена на наступні етапи:

- аналіз ринку та вибір найбільш конкурентоспроможного товару як взірця, бази для проведення та визначення рівнів конкурентоспроможності товару;
- визначення набору порівняльних параметрів товарів;
- розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності певного товару.

Л. Балабановою розроблено детальний алгоритм оцінки конкурентоспроможності продукції, який базується на основі комплексного методу [1]:

- проведення дослідницько-інформаційної роботи;
 - формування вимог певної продукції (послуг);
 - визначення цілей проведення аналізу конкурентоспроможності продукції (послуг);
 - визначення переліку параметрів, які підлягають оцінюванню;
-

- вибір зразка порівняння;
- визначення системи показників конкурентоспроможності за узгодженими параметрами;
- розрахунок комплексного показника конкурентоспроможності;
- формування висновків про конкурентні переваги продукції (послуг).

В. Павловою розроблена класифікація методів оцінки конкурентоспроможності продукції, що наведена у таблиці 1 [5].

Таблиця 1 - Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності продукції

Ознаки класифікації	Методи
Номенклатура критеріїв	Прямі та непрямі
Мета і стадія оцінки	Методи, які застосовуються на стадії відбору продукції та методи, які застосовуються на стадії реалізації
Форма подання даних	Графічні, матричні, розрахункові, комбіновані
Аналітичні	Модель Розенберга, інтегральний показник конкурентоспроможності, оцінка конкурентоспроможності на підставі рівня продажів, модель з ідеальною точкою
Порівняння властивостей виробу	Кваліметричний
Порівняння зі зразком для визначення відносного рівня якості	Диференційований, комплексний, змішаний
Визначення абсолютного рівня якості	Об'єктивний, органолептичний

Ми вважаємо, що при оцінці конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції необхідно використовувати весь спектр критеріїв та методів, значення яких повинні зводитися до єдиного цілого.

Існують такі методики оцінки конкурентоспроможності товару, які здійснюються на основі рейтингу, за обсягом продаж, на основі корисності та комплексна оцінка на основі диференціального методу та інші.

Методика оцінки конкурентоспроможності товарів на основі рейтингу [2, с. 38]:

$$P_t = \prod_{i=1}^n Q_i, \quad (1)$$

де: P_t – рейтинг товару t ;

Q_i – відносний показник якості товару;

n – кількість одиничних показників якості, взятих для оцінки.

Перевагами даного методу є:

- нескладність розрахунку;
- доступність до оперативної інформації про якість продукції, що дає можливість оперативно реагувати на зміни, які відбуваються у ринковому середовищі.

Методика оцінки конкурентоспроможності товарів за обсягом продажу [7].

$$K_{ij} = \sum_{i=1}^n a_i b_i \rightarrow 1, \quad (2)$$

де: K_{ij} – конкурентоспроможність i -го товару j -му ринку;
 a_i – питома вага i -го товару в обсязі продажу, за період який аналізується;
 b_i – показник значимості ринку, на якому представлений товар підприємства;

$$a_i = \frac{V_i}{V}, \quad (3)$$

де: V_i – обсяг продажу i -го товару за період, що аналізується, в грошових од.;

V – загальний обсяг продажу підприємства за період який аналізується, грошових од.

Для зовнішніх ринків промислово-розвинутих країн значимість ринку рекомендується приймати за 1, для зовнішніх ринків інших країн – 0,7, для внутрішнього ринку – 0,5.

Методика оцінки конкурентоспроможності товарів за обсягом продажу дає можливість достовірно оцінити інформацію про динаміку продажу на ринках, але він не враховує якісні показники продукції господарюючого суб'єкта i , як наслідок, суперечить самому поняттю конкурентоспроможність суб'єкта господарювання.

Методика визначення комплексного показника конкурентоспроможності на основі диференціального методу [2, с. 39]:

$$K_i = \frac{I_{mn1}}{I_b} + \frac{C_1}{C_b}, \quad (4)$$

де: I_{mn1} , I_b – групові показники конкурентоспроможності за споживчими параметрами періоду, який аналізується та базового;

C_1 , C_b – групові показники конкурентоспроможності за економічними параметрами періоду, який аналізується та базового.

$$q_i = \frac{P_i}{P_{io}} \times 100\% \quad \text{або} \quad q_i = \frac{P_{io}}{P_i} \times 100\%, \quad (5)$$

де: q_i – одиничний показник конкурентоспроможності;

P_i – i -й параметр для аналізованого товару;

P_{io} – i -й параметр базового періоду.

$$I_{mn} = \sum_{i=1}^n a_i q_i, \quad (6)$$

де: n – число технічних параметрів, що беруть участь в оцінці;

a_i – вага i -го параметра в загальному наборі;

q_i – одиничний параметр за i -им технічним параметром.

$$K_p = \frac{I_{mn1}}{I_{mn2}}, \quad (7)$$

де: I_{mn1} , I_{mn2} – показники конкурентоспроможності для першого і другого товарів-конкурентів.

Формула 7 використовується для порівняння конкурентоспроможності двох товарів конкурентів.

Якщо:

$K_p < 1$ – продукція, яка аналізується поступається базовій;

$K_p = 1$ – конкурентоспроможність продукції однакова;

$K_p > 1$ – продукція, яка аналізується більш конкурентоспроможна ніж базава.

Якщо результат оцінки негативний, то розробляються заходи по підвищенню конкурентоспроможності продукції.

Методика визначення комплексного показника конкурентоспроможності на основі диференціального методу передбачає застосування комплексної оцінки, але слід зазначити, що дуже важко отримати достовірну інформацію для даного розрахунку, також немає точної оцінки впливу параметрів, за якими здійснюється оцінка конкурентоспроможності, на інтегральний показник.

Методика аналізу конкурентоспроможності продукції на основі її корисності. Згідно з даною методикою розглядати конкурентоспроможність продукції необхідно, приймаючи за основу те, що закони корисності продукції відображаються у ринковому попиті на товар.

У даній методиці аналіз конкурентоспроможності продукції здійснюється за допомогою кривих байдужості. Інтегральний показник конкурентоспроможності визначається через функцію корисності кожного з технологічних параметрів товару [4, с. 59]:

$$U = F(u_1; u_2 \dots u_n) \quad (8)$$

У даній функції, якщо один із показників корисності дорівнює нулю, то загальна сума конкурентоспроможності продукції дорівнює нулю.

Дана методика дає можливість урахувати всі споживчі характеристики товару і може бути розширена організаційними характеристиками. Недоліком її є те, що вона не враховує фактору впливу глобального економічного простору.

Сутність методики Б.І. Смагіна полягає у побудові матриці характерних факторів, де x_{ij} – значення j -го показника в i – м районі [8, с.19].

Показники для розрахунку конкурентоспроможності неоднорідні та мають різний порядок числових значень та різні одиниці виміру. Тому необхідно виконати їх стандартизацію за формулою:

$$Z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{s_j}, \quad (9)$$

де: Z_{ij} – стандартизоване значення показника j для i -го району;

\bar{x}_j – значення показника j для i -го району;

x_j - середнє арифметичне значення показника j ;

s_j – стандартне відхилення від показника j .

Таким чином, значення Z_{ij} має нульове середнє та одиничну дисперсію.

Даний підхід передбачає розподіл показників на стимулятори (їх числове збільшення означає зростання результативного показника) та дестимулятори (їх числове збільшення означає зниження його рівня), згідно з теорією В.Плюта [6].

Розподіл показників на стимулятори та дестимулятори є основою для побудови «вектора-еталона» (e_j) та «вектора-антиеталона» (a_j) кожного критерію конкурентоспроможності продукції, які є представниками відповідно найкращого та найгіршого нормативного значення j -го показника в групі об'єктів, який аналізується.

Для визначення проміжку (d) між «еталоном» та «антиеталоном» знаходиться проміжок від стандартизованих векторів рівня конкурентоспроможності району до «антиеталона» [8, с.19]:

$$d_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n (z_{ij} - a_j)^2}; \quad i = 1, 2, \dots, m. \quad (10)$$

В якості інтегрального показника рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції пропонується використовувати:

$$W_i = (d_i / d); \quad i = 1, 2, \dots, m. \quad (11)$$

Аналіз методики оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції дозволяє нам виділити такі її характеристики:

- привабливість для споживача;
- оцінка за допомогою якісних та цінових параметрів;
- динамічний характер;
- формування на всіх стадіях життєвого циклу товарів.

У зв'язку з тим, що не існує єдиного підходу до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, і, як наслідок, відсутній єдиний алгоритм визначення її оцінки, ми пропонуємо власний уточнений алгоритм, який включає в себе чотири етапи.

На першому етапі проводиться маркетингові дослідження ринку, які включають у себе: визначення місткості ринку, визначення продукції-субститутів, аналіз стану конкуренції, визначення рівня цін, тенденція розвитку, діяльність конкурентів та кола споживачів.

На базі інформації про споживачів формуються вимоги до сільськогосподарської продукції.

На другому етапі здійснюється вибір показників, за якими буде здійснюватися оцінка. Базисом для визначення системи показників конкурентоспроможності продукції є взаємодія попиту та продукції, у ході якої здійснюється її співставлення та виявлення ступеня відповідності один одному.

Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції вимірюється сукупністю показників, які об'єднані в чотири групи: якісні (технічні), економічні, організаційно-економічні та соціально-організаційні.

Якісні (технічні) параметри регламентовані. За ними можливо судити про призначення продукції, її приналежності до визначеного виду (класу) продукції. Сюди також відносяться стандарти, норми, правила, законодавчі акти та інше. Ергономічні показники відображають, наскільки сільськогосподарська продукція відповідає властивостям людського організму та його психології.

Економічні показники являють собою витрати на виробництво продукції: витрати на транспортування, витрати на оплату праці, придбання посівного матеріалу, зрошення, обробку землі та інші витрати, які входять у собівартість продукції, яка виробляється.

До організаційно-економічних показників відносять [3]:

- забезпечення максимального наближення виробника продукції до споживача;
- показники, які впливають на зниження витрат обігу як наслідок зниження ціни продукції, яка виробляється;
- цінові показники;
- показники, які характеризують податкову систему;
- стан продовольчої політики та безпеки країни;
- відображення відповідальності продавців за зобов'язаннями та гарантіями.

Соціально-організаційні параметри - це параметри, які враховують соціальну структуру споживачів, національні особливості в процесі організації виробництва та реалізації продукції.

На третьому етапі формується група аналогів, встановлюються значення цих показників, здійснюється відбір базового зразка. Вибір аналогів є складним процесом оцінки, оскільки від нього залежать усі результати. У якості аналогів може бути відібрана продукція, яка задовольняє потребу та входить у даний сегмент ринку. При відборі товарів-субститутів необхідно враховувати те, що вже існує ринок у країні даного виду продукції, а в якості аналогів необхідно розглядати сільськогосподарську продукцію найкращих виробників.

Четвертий етап є основним, у ньому здійснюється співставлення показників оцінюваного та базового зразка, яке проводиться окремо за якісними та економічними показниками. На даному етапі відбувається розрахунок комплексного показника конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та на їх базі робляться висновки. Якщо фермерське господарство не відповідає значенню показника, то відбувається розробка заходів по підвищенню конкурентоспроможності продукції.

Висновки та пропозиції. Запропонований алгоритм оцінки конкурентоспроможності продукції, яка виробляється фермерськими господарствами, дозволяє оцінити її конкурентоспроможність через систему уточнених якісних та економічних показників порівняно з аналогічною продукцією, яка реалізується на даному сегменті ринку.

Результати, які отримуються при оцінці конкурентоспроможності продукції фермерських господарств, дозволять удосконалювати процес прийняття управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Балабанова Л.В., Холод В.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. – С.184.
2. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю / Л.С. Кобиляцький. — К.: Зовнішня торгівля, 2003. — 304 с.
3. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие. – М.: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. – 406 с.
4. Осипов В.Н., Диленко В.А., Стрелец А.А. Оценка конкурентоспособности продукции производственного назначения / В.Н. Осипов, В.А. Диленко,

- А.А. Стрелец. — Одесса.: — НАН Украины Институт проблем рынка и эколого-экономических исследований, 2001. — 152 с.
5. Павлова В. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: Монографія. — Дніпропетровськ: ДУЕП, 2006. — С.83-101.
 6. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта; пер. с пол. В.В. Иванова; науч. ред. В.М. Жуковской. — М.: Статистика, 1980. — С.151.
 7. Рябкина И. В. Конкурентоспособность как фактор экономической безопасности предприятия [Электронный ресурс] / И. В. Рябкина.— Режим доступа: <http://masters.donntu.edu.ua/2004/fem/ryabkina/diss/index.htm#8>.
 8. Смагин Б.И. К вопросу о методике определения интегрального показателя эффективности сельскохозяйственного производства / Б.И. Смагин // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. — 2002. — №7. — С.18-20.
 9. Юдін М. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції / Економіст №6 червень 2010. - С. 40-42.

УДК:338.434:631.53.02

АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ СИСТЕМИ НАСІННИЦТВА

Петренко В.С. — аспірант, Херсонський ДАУ

Постановка проблеми. В Україні насінництво є потужним сектором рослинництва і являє собою єдину систему взаємопов'язаних організаційно-технологічних, науково-методичних, контрольних, управлінських структур, що забезпечує сільськогосподарське виробництво насінням сортів і гібридів [1]. Закон «Про насіння і садивний матеріал» визначає насінництво як діяльність з виробництва, заготівлі, обробці, зберігання, реалізації, транспортування і використання насіння сільськогосподарських і лісових рослин, а також сортовий контроль і насінневий контроль [3]. Основними ланками системи насінництва є селекція, випробування та охорона селекційних досягнень, виробництво насіння вищих репродукцій, сертифікація насіння, державний і регіональний фонди насіння. Функціонування цієї системи на всіх етапах виробничого процесу неможливо без їх повноцінного фінансування. Фінансування здійснюється за рахунок грошових надходжень від реалізації насіння та іншої продукції селекційно-насінницьких підприємств, державного фінансування, кредитів, приватних вкладень і дотацій.

Стан вивчення проблеми. Досвід фінансування насінництва різних країн і України проаналізований вітчизняними та зарубіжними вченими (Березкин, А.Н., Малько А.М., Медведев А.М.), що дозволяє нам виділити кілька етапів.

Методика досліджень. Методологічною базою дослідження стали наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених та нормативно-правові акти з пи-