

Список використаних джерел

1. Білуха М.Т. Основи наукових досліджень: підруч./ М.Т. Білуха. – К.: Вища шк., 1997. – 272 с.
2. Економічні дослідження (методологія, інструментарій, апробація): навч. посіб.; за ред. А.А. Мазаракі. – 2-ге вид., доп. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 296 с.
3. [Електронний ресурс]. Режим доступу: lib.chdu.edu.ua/pdf/posibniki/327/7.pdf
4. Крушельницька О.В. Методологія та організація наукових досліджень: навч. посіб. / О.В. Крушельницька. – К.: Кондор, 2006. – 206 с.
5. Лузан П.Г. Основи науково-педагогічних досліджень / П.Г. Лузан, І.В. Сопівник, С.В. Виговська. – К.: Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України, 2010. – 220 с.
6. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Методологія>.
7. Методологія та методи наукового дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.refine.org.ua/pageid-4859-2.html.
8. Основи методології та організації наукових досліджень: навч. посіб. для студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнктів; за ред. А.Є. Конверського. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
9. Попович І.В. Методика экономических исследований в сельском хозяйстве / И.В. Попович. – М.: Изд-во «Экономика», 1973. – 280 с.
10. Романенко С.С. Методологія і методи наукового дослідження / С.С. Романенко. –К.: ІЕЕСУ, 2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: snul.kdu.edu.ua/courses/NDRS/ek_3.pdf.
11. Сурмін Ю.П. Майстерня вченого: підруч. для науковця / Ю.П. Сурмін. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум» з удосконалення менеджменту освіти в Україні, 2006. – 320 с.
12. Сучасний тлумачний словник української мови: 65000 слів; за заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В.В. Дубічинського. – Х.: ВД «Школа», 2006. – 1008 с.
13. Толковый словарь великорусского языка. Т. 3/ В.И. Даль. – М.: Гос. изд. иностр. и нац. слов, 1995. – 620 с.
14. Цехмістрова Г. С. Основи наукових досліджень : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г. С. Цехмістрова; Київ. ун-т туризму, економіки і права. - К. : Слово, 2003. – 240 с.
15. Scientific method (English): home page of prof. Frank L.Y. Wolfs. Department of Physics and Astronomy, University of Rochester, N 4 14627, USA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://teacher.pas.rochester.edu/phylabs/appendix/appendix.html>.
16. Scientific methods (English) Sci – Tech Encyclopedia: McGraw – Hill Encyclopedia of Science and Technology, 5th edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.answers.com/topic/scientific-method>.

Стаття надійшла до редакції 19.04.2016 р.

*

УДК 338.432.009.12:636

*В.Д. ЄВТУШЕНКО, здобувач
Національний університет біоресурсів і
природокористування України*

Оцінка конкурентоспроможності продукції скотарства

Постановка проблеми. Аналіз функціонування вітчизняного ринку молока показує про посилення тут останніми роками негативних тенденцій, що пов'язані як зі зменшенням обсягів виробництва молока, так і з низьким рівнем його конкурентоспроможності. Підвищення конкурентоспроможності продукції скотарства являє собою процес, який потребує управління на основі страте-

гічного підходу. Для побудови ефективної системи управління конкурентоспроможністю продукції потрібно виявити й проаналізувати всю систему чинників конкурентоспроможності продукції, їхній взаємозв'язок та взаємодію між собою як у процесі виробництва, так і на внутрішньому й зовнішньому ринках. Разом із тим проблема побудови системи управління конкурентоспроможністю продукції скотарства суттєво ускладнюється

© В.Д. Євтушенко, 2016

через відсутність ефективної методики оцінки рівня конкурентоспроможності молока.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На ринку продукції тваринництва можна виділити дві основні групи критеріїв конкурентоспроможності: цінові (ціна, собівартість, окупність, рівень рентабельності виробництва) та нецінові (якість, імідж підприємства тощо). Споживачі оцінюють продукцію на ринку зазвичай за ціною, якістю й співвідношенням між ними. Дослідники С.М. Кваша і О.В. Жемойда виділяють три критерії конкурентоспроможності продукції: ціна, якість та ліквідність [1, с. 121].

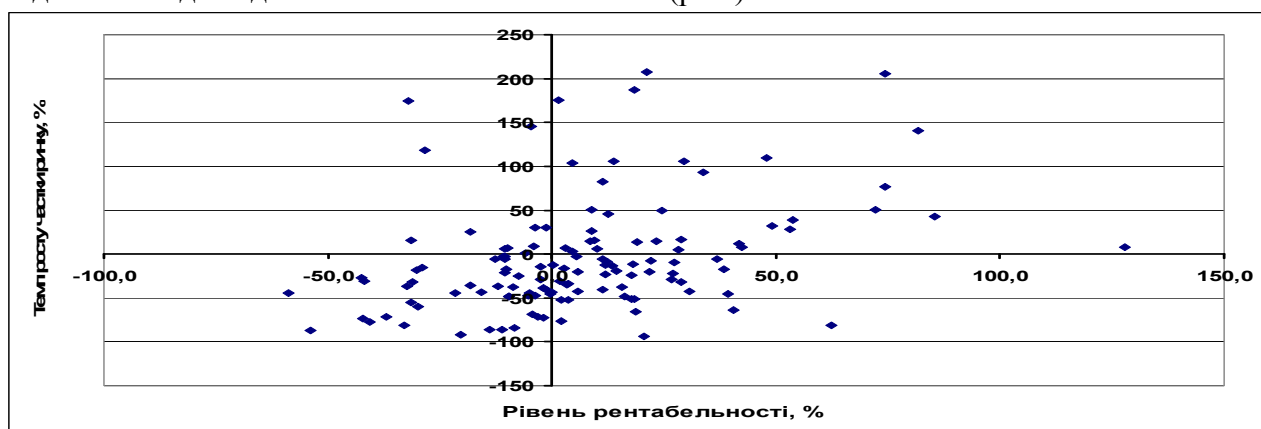
У вітчизняній економічній науці думки вчених щодо місця цінових і нецінових критеріїв в оцінці конкурентоспроможності розійшлися. Значна частина вчених – Г. М. Кулешова [5], О. М. Ткаченко вважають, що якість продукції формує конкурентоспроможність та на ринках сільськогосподарської продукції України домінує нецінова конкуренція. Прихильники цінового підходу конкурентоспроможності М. С. Корнеєв, Н. В. Кривенко, П.М. Макаренко [7], Б. Пасхавер [8] вважають, що ціна є основним показником для оцінки конкурентоспроможності продукції. Питання методів оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції викладені також у працях М.М. Ільчука [4], М.Й. Маліка й О.А. Нужної [2], О.Г. Янкового [3] та інших. Незважаючи на значну кількість наукових праць із вказаної тематики деякі аспекти залишаються дискусійними й потребують подальшого дослідження.

Мета статті – удосконалення методичних підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності продукції молочного скотарства для підвищення ефективності управління нею.

Виклад основних результатів дослідження. Актуальність проблеми конкурентоспроможності продукції скотарства особливо зросла після вступу України до СОТ і виходу на ринки ЄС. Ця проблема має кілька аспектів, включаючи вибір критерію оцінки рівня конкурентоспроможності, встановлення взаємозв'язку ціни та якості, економічного ефекту та ціни споживання продукції.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності продукції використовують дві основні групи методів: графічні та аналітичні. Для графічного представлення конкурентної карти ринку товарів різного призначення використовують пару показників: рентабельність продажів конкретного товару і його ринкова частка, ціна й собівартість товару тощо [6].

За умови наявності в молочному скотарстві України системної кризи та незначної частки, яку мають окремі сільськогосподарські підприємства на ринку продукції скотарства, нами пропонується для відображення конкурентної карти ринку молока в Київській області використовувати два показники: рівень рентабельності виробництва молока й темп росту частки ринку як індикатор конкурентоспроможності. При цьому рівень рентабельності виробництва молока взятий за 2014 рік, а темп росту частки ринку розрахований за період 2009-2014 років (рис.).



Конкурентоспроможність молока сільськогосподарських підприємств Київської області

Джерело: Розроблено автором на основі даних статистичної форми № 50-сг.

Залежно від конкурентних переваг у виробництві молока вся сукупність підприємств поділена осями на графіку на чотири групи. У правому верхньому квадранті розмістилися підприємства, які мали у 2014 році прибуткове виробництво молока та обсяги реалізації якого протягом 2009-2014 років збільшувалися (група I). Найбільш конкурентоспроможне молоко виробляють підприємства, що знаходяться на лінії зростання значень рівня рентабельності й темпу росту частки ринку.

Позиція підприємств у правому нижньому квадранті відповідає прибутковому виробництву молока та зменшенню обсягів його реалізації протягом 2009-2014 років (група II). У лівому верхньому квадранті знаходяться підприємства, які мали збиткове виробництво молока проте темп росту частки ринку протягом 2009-2014 років збільшувався (група III).

У найбільш небажаній ситуації підприємства, які розмістилися у лівому нижньому квадранті, що вказує на збиткове виробництво молока та зменшення обсягів його реалізації протягом 2009-2014 років (група IV).

Для виявлення основних факторів виробництва й детальнішої оцінки конкурентоспроможності молока, яке виробляється у виділених вище групах сільськогосподарських підприємствах Київської області, на основі даних статистичної форми № 50-сг розраховані основні економічні показники (табл. 1).

Дані таблиці 1 свідчать, що підприємства I групи мають високий рівень інтенсивності ведення молочного скотарства, це забезпечило високий рівень продуктивності корів,

що на 18,2% вищий від середньообласного рівня. Виробнича і повна собівартість 1 ц молока у цій групі підприємств нижчі від середнього рівня по області, а ціна реалізації – вища середньої по області, що і забезпечило високу окупність витрат та прибуткове виробництво молока.

Економічна оцінка аналізу виробництва молока в підприємствах I групи в 2014 році показує, що при зміні параметрів виробництва на 10% прибуток підприємств у середньому по групі зросте: при збільшенні обсягу виробництва молока – на 14,3%, при зменшенні змінних витрат – на 27,3%, при зменшенні повної собівартості – на 35,0%, при збільшенні ціни – на 48,5%. Це свідчить про високу значимість цінового параметра у формуванні прибутку галузі скотарства. На основі аналізу економічних показників виробництва молока у сільськогосподарських підприємствах I групи можна відзначити, що основними стратегічними напрямками виробництва молока у цих підприємства є нарощування поголів'я корів, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості молока.

У сільськогосподарських підприємствах, які увійшли до II виділеної групи, досягнута продуктивність корів відповідає середній по області, а виробничі витрати на 1 корову вище середньообласного значення на 14,4%, у тому числі витрати на корми вищі на 7,4%, а витрати на оплату праці – на 30,3%. Висока виробнича та повна собівартість 1 ц продукції при ціні реалізації на рівні середньообласної зумовили збиткове виробництво молока.

1. Групування сільськогосподарських підприємств Київської області (включаючи фермерські господарства*) за величиною темпів росту частки ринку та прибутковістю молока, 2014 р.

Показник	Темп росту, %				Разом
	понад 0		менший 0		
	прибуткові (група I)	збиткові (група II)	прибуткові (група III)	збиткові (група IV)	
Кількість підприємств	43	17	27	39	126
Поголів'я корів, тис. гол.	16,5	11,5	6,2	7	40,9
Поголів'я корів на одне підприємство, гол.	385	675	229	171	325
Виробництво молока, тис. т	119,6	70,0	32,0	28,5	250,2
Реалізовано молока, тис. т	113,7	66,2	26,7	26,3	232,9
Темп росту частки ринку (2009-2014 рр.), %	27,6	48,7	-38,9	-52,7	x
Річний надій на корову, кг	7231,1	6104,0	5163,4	4271,7	6118,1

Виробнича собівартість 1 т молока, грн	2621,2	3387,9	2715,8	3545,5	2953,4
Виробничі витрати на корову, грн	18954,3	20679,4	14022,6	15145,3	18069,1
у т.ч.:корми	9341,2	9061,9	7102,5	6357,9	8436,4
нафтопродукти	870,6	1273,0	975,9	1519,7	1105,5
оплата послуг і робіт сторонніх організацій	853,7	584,7	270,8	257,3	592,5
решта матеріальних витрат	1935,0	2782,9	1413,6	1594,3	2038,3
прямі витрати на оплату праці	2623,2	4004,6	2323,4	3284,0	3073,4
амортизація необоротних активів	1568,4	975,9	458,4	549,7	1067,6
відрахування на соціальні заходи	980,1	1471,3	859,2	1145,5	1126,7
решта інших прямих та загальновиробничих витрат	782,0	525,1	618,7	437,0	628,8
Повна собівартість 1 т молока, грн	2945,9	4721,1	3034,5	4093,1	3590,4
Ціна реалізації 1 т молока, грн	3713,4	3672,3	3572,5	3429,9	3653,6
Прибуток на 1 т молока, грн	767,5	-1048,8	538,0	-663,2	63,2
Прибуток – всього, млн грн	87,2	-69,5	14,4	-17,4	14,7
Рівень рентабельності, %	26,1	-22,2	17,7	-16,2	1,8

* Фермерські господарства, які звітують за формою № 50-сг.

Джерело: Розраховано автором на основі даних статистичної форми № 50-сг.

Тому основними стратегічними напрямами виробництва молока у цих підприємствах є інтенсифікація галузі на основі підвищення продуктивності худоби за рахунок поліпшення якості кормів та рівня годівлі корів, впровадження інноваційних технологій виробництва молока, які забезпечують економію витрат на оплату праці.

Характерними рисами галузі молочного скотарства для підприємств III групи є низький рівень інтенсивності виробництва. Використання стратегії «контрольованих витрат» дало змогу підприємствам досягти порівняно низької виробничої й повної собівартості 1 ц молока при нижчій порівняно з середньою по області продуктивності тварин.

Для підприємств IV групи характерні порівняно мала кількість поголів'я корів, незначні обсяги виробництва молока з розрахунку на одне підприємство і низька продуктивність корів порівняно із середньообласними показниками. Внаслідок використання застарілого обладнання та застосування ручної праці спостерігаються високі витрати на нафтопродукти й оплату праці на 1 корову, низький рівень господарювання та якості продукції. Як наслідок, виробнича собівартість 1 т молока тут є найвищою з усіх груп, а виробництво продукції збиткове.

На основі аналізу економічних показників виробництва молока у сільськогосподарських підприємствах IV групи можна відзначити, що частиною підприємств може бути прийняте рішення про вихід із цього

виду бізнесу, а для решти підприємств основними стратегічними напрямами виробництва молока є пошук коштів для реконструкції старих приміщень, закупівля нового обладнання та племінних тварин, впровадження інноваційних технологій виробництва продукції скотарства, які забезпечують економію витрат на оплату праці й поліпшення якості виробленого молока.

Недоліком графічних методів дослідження рівня конкурентоспроможності продукції є неможливість визначення її інтегральної оцінки. Тому на практиці графічні методи зазвичай поєднують з аналітичними, які для оцінки конкурентоспроможності продукції використовують систему показників, на основі останніх і розраховують інтегральний показник.

Проаналізувавши економічні показники виробництва молока у сільськогосподарських підприємствах та функціонування його ринку, нами пропонується така система показників конкурентоспроможності: 1) річна продуктивність корів, кг; 2) частка ринку, %; 3) темпи росту частки ринку, %; 4) повна собівартість 1 т молока, грн; 5) ціна реалізації 1 т молока, грн; 6) виробництво молока на 1 грн витрат, кг.

Після встановлення показників конкурентоспроможності окремих видів продукції за різними рівнями управління розробляється методика оцінки конкурентоспроможності окремих видів продукції, або приймається уже розроблена окремими науковцями мето-

дика за базу. У процесі дослідження нами за основу взято методику оцінки конкурентоспроможності окремих видів продукції Н.О. Лисенка [6]. Згідно з нею конкурентоспроможність продукції визначається як площа багатокутника, що розраховується як сума площ трикутників, сторонами яких є величина показників конкурентоспроможності:

$$K = \left(\frac{1}{2} \sum_{i=1}^6 a_i a_{i+1} w_i w_{i+1} \times \sin \frac{2\pi}{n} + a_{i+1} a_1 w_{i+1} w_1 \times \sin \frac{2\pi}{n} \right) / n, \quad (1)$$

де K – індекс конкурентоспроможності продукції;

a – величина i -го показника конкурентоспроможності;

w – вага показника у їх загальному ряду;

2. Відносні показники та інтегральний індекс конкурентоспроможності молока по групах підприємств Київської області

Показник	Підприємства					Вага показника
	I група	II група	III група	IV група	еталон	
Продуктивність корів	100,0	84,4	71,4	59,1	100,0	0,1
Частка ринку	100,0	58,3	23,5	23,1	100,0	0,1
Темпи росту частки ринку	85,8	100,0	41,1	31,9	100,0	0,2
Повна собівартість	100,0	62,4	97,1	72,0	100,0	0,3
Ціна реалізації	100,0	98,9	96,2	92,4	100,0	0,2
Вироблено молока на 1 грн витрат	100,0	77,4	96,5	73,9	100,0	0,1
Індекс конкурентоспроможності	114,5	76,7	73,7	50,6	122,7	x
Рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності, %	93,3	62,6	60,1	41,3	100,0	x

Джерело: Розраховано автором на основі даних статистичної форми № 50-сг.

Рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності молока (R) розраховували за формулою:

$$R = S_p / S * 100, \quad (2)$$

де S_p – площа радара, що відповідає продукції p -го підприємства; S – площа радара, що відповідає продукції підприємства-еталона.

Дані таблиці 2 показують, що найбільш конкурентне молоко виробляють у підприємствах I групи. Незважаючи на збитковість виробництва молока у підприємствах II групи, рівень його конкурентоспроможності виявився вищий порівняно з підприємствами III групи, в яких виробництво молока прибуткове. На такий результат вплинула належність частини підприємств із II групи до агрохолдингів, які одержують прибутки від переробки молока та вкладають кошти у подальший розвиток молочного скотарства. Вони використовують високопродуктивні

n – кількість показників конкурентоспроможності.

Для розрахунку індексу конкурентоспроможності (K) по кожному виду продукції за формулою (1) необхідно показники конкурентоспроможності привести до одиниць виміру у відносному вираженні – відсоткових частках. Для цього показники необхідно представити як відношення до максимальних показників по сукупності (групах) підприємств, що дасть можливість визначити рівень конкурентної сили виробництва продукції конкретного підприємства порівняно з іншими підприємствами області (табл. 2).

породи корів і впроваджують новітні технології, що сприяє підвищенню продуктивності праці.

Аналіз факторних показників, які формують конкурентоспроможність продукції скотарства, дає змогу виявити можливі резерви її підвищення та визначити той рівень конкурентоспроможності, якого необхідно досягти в майбутньому при певних ресурсних обмеженнях.

Запропонована методика оцінки рівня конкурентоспроможності продукції може бути використана для вибору ефективних шляхів її підвищення за допомогою економіко-математичних методів. Задачу вибору ефективних шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції у загальному вигляді можна представити математично як пошук максимуму цільової функції (Z):

$$Z = \Delta K(x) \rightarrow \max \quad (3)$$

$$\text{при обмеженнях: } x \in \Omega, \quad (4)$$

де $\Delta K(x)$ – приріст конкурентоспроможності продукції;

x – вектор заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції; Ω – множина допустимих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції.

Результати реалізації економіко-математичної моделі (3) – (4) уможливають оцінити ефективність підвищення конкурентоспроможності продукції скотарства по кожному заходу й визначити комплекс заходів щодо підвищення конкурентоспроможності до заданого рівня в межах встановленого бюджету.

Висновки. Вибір методу оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємства та її показників залежить від особливості ринку, продукції й галузі, в якій працює суб'єкт господарювання. Для визначення стратегічних напрямів розвитку галузі скотарства в Україні, враховуючи її сучасний стан, оцінювання конкурентоспромож-

ності продукції галузі доцільно проводити графічними методами із застосуванням двох показників – рівень рентабельності виробництва продукції та темп росту частки ринку або собівартість і ціна реалізації одиниці продукції у довгостроковому періоді. Аналітичний метод оцінювання конкурентоспроможності продукції дає змогу розрахувати інтегральний показник на основі системи показників (річна продуктивність тварин, частка ринку, темпи росту частки ринку, повна собівартість 1 т продукції, ціна реалізації, виробництво продукції на 1 грн витрат тощо), аналіз яких уможливує сформулювати конкретні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції. Запропонована методика оцінки рівня конкурентоспроможності продукції може бути використана для вибору ефективних шляхів її підвищення за допомогою економіко-математичних методів.

Список використаних джерел

1. *Кваша С. М.* Конкурентоспроможність виробництва яловичини на зовнішньому ринку / С. М. Кваша, О. В. Жемойда // Економіка АПК. – 2003. – № 5. – С. 121-126.
2. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми : моногр. / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
3. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [моногр.; за заг. ред. Янкового О.Г.]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
4. Конкурентоспроможність продукції скотарства і птахівництва України в системі євроінтеграції: моногр. /М.М. Ільчук, І.А. Коновал, І.В. Мельникова та ін. – К.: Вид-во ТОВ «Агар Медіа Груп», 2015. – 322 с.
5. *Кулешова Г.М.* Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві / Г.М. Кулешова // Економіка АПК. – 2008. – № 3. – С.126-132.
6. *Лисенко Н.* Методи оцінки конкурентоспроможності продукції м'ясопереробних підприємств/ Н.Лисенко //Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №1 (77). – С.61-68.
7. *Макаренко М.П.* Цінова політика як фактор підвищення дохідності аграрного виробництва в умовах Світової організації торгівлі / М.П. Макаренко // Економіка АПК. – 2008. – № 5. – С.44-48.
8. *Пасхавер Б.* Цінова конкурентність аграрного сектора / Б. Пасхавер // Економіка України. – 2007. – № 1. – С.78-87.
9. *Гаваза Є.В.* Світовий ринок молока і молокопродуктів: тенденції та перспективи для України / Є.В. Гаваза // Економіка АПК. – 2015. – № 7. – С. 106-113.

Стаття надійшла до редакції 20.04.2016 р.

* * *