

УДК 338.439.5(477)

I. Mushenik, Candidate Degree in Economics, lecturer,

T. Marusey, Candidate Degree in Economics, lecturer State Agrarian and Engineering University in Podilya

THE ECONOMIC SYSTEM OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISES AT THE DOMESTIC FOOD MARKET

Annotation. The article deals with the theoretical and practical aspects as for estimation of the efficiency of agricultural enterprises at the internal food market. The methodological approach what in contrast to the existing one involves the using of the indicators of the market capacity and competitiveness of enterprises, the efficiency of the market activity, price policy and quality is investigated and improved.

Economic evaluation of a complex system which is the domestic food market can be given only a set of indicators covering the main elements (blocks) and the operation of agricultural enterprises in the domestic food market.

Theoretical approaches to the definition and application in practice farms parameters that characterize the functioning of the domestic food market, mainly focused on the quantitative assessment of pupil performance and costs are not taken into account in the assessment of complex pricing and product quality.

In order to conduct a more complete analysis of the operation of enterprises in the domestic food market offers an integrated approach that combines performance on the criteria of market size, competitive ability, performance, pricing and quality.

This allows you to examine the results of operation of farms more deeply the elements that are the basis for a full display of scale and marketing, developing the necessary areas of improvement of organizational-economic mechanism.

Keywords: domestic food market, state regulation, agricultural enterprises, agricultural produce, organizational and economic mechanism.

I.M. Мушеник, Т.В. Марусей, кандидати економічних наук, доценти ПДАТУ

СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ВНУТРІШНЬОМУ ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

Розглядаються теоретичні та практичні аспекти щодо оцінки ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств на внутрішньому продовольчому ринку. Досліджено та вдосконалено методичний підхід, що, на відміну від існуючого, передбачає використання показників ємності ринку, конкурентоспроможності підприємств, ефективності ринкової діяльності, цінової політики та якості.

Ключові слова: внутрішній продовольчий ринок, державне регулювання, сільськогосподарські підприємства, сільськогосподарська продукція, організаційно-економічний механізм.

Постановка проблеми в загальному її вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Розвиток сільського господарства України обумовлює зміну пріоритетів у діяльності суб'єктів господарювання. Необхідним для сільськогосподарських підприємств є обґрунтування та впровадження в практику управління новітніх підходів до раціоналізації функціонування їх організаційно-економічного механізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти діяльності сільськогосподарських підприємств на внутрішньому продовольчому ринку знайшли відображення у працях багатьох вітчизняних економістів, зокрема: О. Березіна, І. Брюховецького, І. Грузнова, Д. Доманчука, А. Лисецького, П. Макаренка, А. Мельника, П. Саблука, О. Ульянченка, О. Школьного та ін. Публікації учених Г. Азоева, В. Андрійчука, В. Власова дозволяють обґрунтувати агрегат показників функціонування сільськогосподарських підприємств на внутрішньому продовольчому ринку.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних та практичних аспектів щодо оцінки ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств на внутрішньому продовольчому ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Продовольчий ринок являє собою систему економічних відносин, що склалися в сфері виробництва, транспортування, зберігання і реалізації продовольства. Структурні елементи цих відносин формуються на основі прямих та зворотних ринкових зв'язків, перебувають під постійним впливом регіональних особливостей, платоспроможного попиту і пропозиції, а також адекватних методів регулювання ринкових відносин і процесів прийняття управлінських рішень. У відповідності з цим потенціал продовольчого ринку складається з усіх наявних його можливостей в рамках певного регіону. Економічна оцінка складної системи, якою є внутрішній продовольчий ринок, може бути дана лише комплексом показників, що охоплюють основні елементи (блоки) та забезпечують функціонування сільськогосподарських підприємств на внутрішньому продовольчому ринку. Публікації учених та наші дослідження дозволяють обґрунтувати агрегат показників, представлених на рис. 1, в єдиній блок-схемі.



Рис. 1. Показники, що характеризують функціонування сільськогосподарських підприємств на внутрішньому продовольчому ринку

Показники, що характеризують функціонування сільськогосподарських підприємств на внутрішньому продовольчому ринку, поділяємо на такі блоки, як показники ємності ринку, конкурентоспро-

можності для підприємства (частка окремого продавця), ефективності ринкової діяльності підприємства, цінової політики та якості.

До першого блоку відносяться такі показники.

Для оцінки ємності ринку спочатку необхідно встановити обсяги виробництва і реалізації продукції як систему адресних завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості та у встановлені терміни згідно з договорами поставок.

При оцінці ємності ринку використовують систему натуральних і вартісних показників. Натуральними є обсяг продукції в натуральних одиницях за номенклатурою і асортиментом.

Обсяг виробництва продукції в натуральних вимірниках обчислюється за формулою [6]:

$$OB = OP - Z_n + Z_k, \quad (1)$$

де OB – обсяг виробництва продукції в натуральних одиницях;

OP – обсяг поставок у натуральних одиницях;

Z_n, Z_k – запаси продукції на складі відповідно на початок і на кінець планового року, натуральних одиниць.

Натуральні показники дають можливість оцінити ступінь задоволення потреб споживачів у певних товарах і врахувати якісні характеристики товарів.

Вартісні показники є обсягами валової і реалізованої продукції, валовий оборот підприємства в грошовому виразі.

У валову продукцію (ВП) включають всю продукцію у вартісному виразі, незалежно від її готовності [1]:

$$BP = TM - (H3B_n - H3B_k) - (I_n - I_k), \text{ у.о.}, \quad (2)$$

де $H3B_n, H3B_k$ – вартість залишків незавершеного виробництва відповідно на початок і кінець планового періоду, у.о.;

I_n, I_k – вартість інструменту для власних потреб відповідно на початок і кінець планового періоду, у.о.

Валовий оборот підприємства (ВО) є обсягом валової продукції, використаної в межах підприємства чи поза ним.

Реалізованою продукцією (РП) є продукція, яка відвантажена споживачеві і за яку надійшли кошти на розрахунковий рахунок підприємства-постачальника або мають надійти у зазначений термін (РП) [3]:

$$RP = TP + (G_n - G_k) + (BH_n - BH_k), \text{ у.о.}, \quad (3)$$

де G_n, G_k – залишки готової нереалізованої продукції відповідно на початок і кінець планового року, у.о.;

BH_n, BH_k – залишки продукції відвантаженої, за яку термін оплати не настав, і продукції на відповідальному зберіганні у покупців відповідно на початок і кінець планового року, у.о.

Крім того, блок показників ємності ринку повинен включати ряд комплексних показників, що враховують основні фактори, які впливають на розвиток сільськогосподарської продукції.

Прикладом служить еквівалент субсидій PSE – єдиний інтегральний показник для оцінки державних заходів підтримки сільськогосподарського товаровиробника [110, с. 37]. Він виведений на підставі внутрішніх і світових цін на сільськогосподарську продукцію і визначається з відношення:

$$PSE = \frac{(C_v + C + P) - C_c}{C_c}, \quad (4)$$

де C_v, C_c – ціни на даний вид сільськогосподарської продукції відповідно на внутрішніх і світових ринках;

C – величина субсидій, що припадає на одиницю даного виду продукції;

P – величина податків, що припадає на одиницю даного виду продукції.

Щорічно ОЕСР (організація економічного співробітництва і розвитку) виконує розрахунки цього показника по 12 видах найважливіших сільськогосподарських продуктів (в даний час він прийнятий як міжнародний стандарт). В Україні ж даний показник розраховується тільки для зернової продукції, але необхідний і для інших видів продукції. На наш погляд, це зробить істотний вплив на поліпшення орієнтації в цінах на зовнішніх ринках.

Іншим важливим показником ємності ринку є коефіцієнт, що показує відношення частки додаткового продукту, що залишається у підприємства ($D_{пр}$), до величини, що використовується державою ($D_{держ}$) через систему оподаткування, який дає оцінку результатам регулювання ринку сільгосппродукції:

$$K = D_{пр} / D_{держ}, \quad (5)$$

де $D_{пр}$ – частка додаткового продукту, що залишається у підприємства, грн.;

$D_{держ}$ – частка продукту, що використовується державою через систему оподаткування, грн.

До другого блоку показників конкурентоспроможності для підприємства (частки окремого продавця) необхідно віднести такі.

Конкурентоспроможність перебуває у тісному взаємозв'язку з якістю та ціною продукції, а також рівнем обслуговування [3]:

$$КС = \text{якість} + \text{ціна} + \text{обслуговування} \quad (6)$$

Для оцінки рівня інтенсивності конкуренції на ринках сільськогосподарської продукції використовується показник, що відображає рівень концентрації виробництва у галузі. Показники концентрації ґрунтовані на співставленні розмірів підприємства з розмірами ринку, на якому воно діє. Чим більший розмір підприємства у порівнянні з масштабами всього ринку, тим вища концентрація виробників та продавців на даному ринку, тим далі ринок від ідеалу досконалої конкуренції. Індекс ринкової концентрації (PK_k) визначається як сума ринкових часток найбільших підприємств, що діють на ринку:

$$PK_k = \sum_{i=1}^k D_i, \quad (7)$$

де D_i – ринкова частка i -го підприємства, розрахована як відношення обсягу реалізації певного виду продукції i -м підприємством до загального обсягу ринку;

k – кількість підприємств, для яких розраховується показник. Чим вище значення даного індексу, тим менш інтенсивною є конкурентна боротьба на ринку [1].

Наступним показником конкурентоспроможності для підприємства (частки окремого продавця) є коефіцієнт концентрації індекс Герфіндала-Гіршмана (ННІ) [7]. Індекс ННІ розраховується за формулою:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n S_i^2, \quad (8)$$

де n – кількість господарюючих суб'єктів, діючих на оптовому ринку в певному проміжку часу;

S_i – частка одного господарюючого суб'єкта в обсязі товарної продукції на ринку в певному проміжку часу, %.

Ряд дослідників вважають, що чим рівнозначнішими ринковими частками володіють конкуренти, тим гострішою є боротьба між ними, а тому в якості показника для оцінки ступеня інтенсивності конкуренції пропонують використовувати дисперсію ринкових часток конкурентів:

$$\sigma^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (D_i - D_{cp})^2, \quad (9)$$

де D_i – ринкова частка i -го підприємства;

D_{cp} – середня частка ринку, визначена як $D_{cp} = 1/n$;

n – кількість підприємств, що діють на ринку.

Чим більшим буде значення дисперсії, тим менш загостреною вважатиметься конкуренція на ринку, і навпаки – інтенсивність конкуренції буде максимальною при наближенні показника дисперсії до нуля.

Для оцінки інтенсивності конкуренції на ринку, окрім показника дисперсії, можна використати також нормалізовану величину середньоквадратичного відхилення, віднятого від одиниці, яка, як і показник дисперсії, враховує варіацію ринкових часток підприємств-конкурентів:

$$I_k = 1 - \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (D_i - D_{cp})^2}, \quad (10)$$

де I_k – показник інтенсивності конкуренції, який змінюється від 0 до 1. Чим вищим буде значення I_k , тим інтенсивнішою буде конкуренція на ринку.

Ринкові можливості підприємства, тобто його сильні і слабкі сторони, характеризує частка ринку, яку займає підприємство на ринку збуту сільськогосподарської продукції. В умовах ринкових відносин, де панує боротьба за вигідніші ринки збуту продукції, важливе значення має рівень охоплення ринкової ємності конкретним виробником. Об'єктивніше позиції підприємства на ринку характеризують такі показники: частка ринку – відношення обсягу продажу продукції підприємства до загальногалузевого обсягу продажу; частка ринку фірми в окремому сегменті (регіоні, в певному сегменті споживачів, у сегменті товарів); частка ринку відносно лідера (найнебезпечнішого конкурента або трьох найближчих конкурентів). Частка ринку (за обсягом продажу) обчислюється за формулою:

$$Чр = O_n / O_z, \quad (11)$$

де $Чр$ – частка ринку підприємства;

O_n – обсяг продажу продукції підприємства;

O_z – загальнорайонний показник обсягу продажу.

Узагальнений аналітичний вираз для розрахунку індексу кон'юнктури регіональних ринків представлений в наступному вигляді [3]:

$$Ik = f(x_1, x_2, \dots, x_n), \quad (12)$$

де x_1 – ціна продукції, грн.;

x_2 – обсяг попиту, грн.;

x_3 – обсяг пропозиції, грн.

Третій блок показників ефективності ринкової діяльності підприємства полягає у використанні мінімальної кількості ресурсів для виробництва певного обсягу товарів і надання послуг з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища, а також у зниженні витрат на одиницю продукції (робіт, послуг) [107, с. 249].

Коефіцієнт ефективності системи управління збутовою діяльністю [7] в загальному вигляді є відношенням результатів господарської діяльності до витрат до ухвалення управлінських рішень.

$$K_{есу} = \frac{Пт}{B}, \quad (13)$$

де $Пт$ – приріст продуктивності праці, грн.;

B – зниження витрат обігу, грн.

У ході аналізу повноти охоплення функцій структурними підрозділами апарату управління збутовою діяльністю виявляється перелік робіт за основними функціями, який потім зіставляється із запланованою номенклатурою робіт.

Наступний коефіцієнт оперативності [3] показує, яка кількість управлінських робіт у сфері реалізації продукції не виконана вчасно:

$$K_{оп} = \frac{P_{пор}}{P_{заг}}, \quad (14)$$

де $P_{пор}$ – кількість управлінських робіт, виконаних з порушенням терміну;

$P_{заг}$ – загальна кількість виконаних робіт у сфері реалізації продукції.

У складі системи показників закладені основні категорії ринку: товар; пропозиція; попит; товаро-обіг; основні засоби; витрати обігу; прибуток від реалізації.

Наступний четвертий блок містить показники цінової політики та якості.

Ціна є грошовим виразом вартості (кількості грошей), що сплачується за одиницю товару. Ринкова ціна виплачується за товар у процесі його купівлі-продажу незалежно від індивідуальних витрат виробників. Одночасно вона відображає споживчі властивості товару, ступінь його рідкості, силу конкуренції, державного контролю, економічну поведінку ринкових суб'єктів тощо.

На рівень ціни має вплив ринкова кон'юнктура, а саме: державне регулювання цін; конкуренція виробників; співвідношення попиту і пропозиції; купівельна спроможність грошей; якість товару тощо.

З метою встановлення оптимального рівня цін використовується метод ціноутворення “витрати-прибуток”. Згідно з ним ціна визначається так [3]:

$$Ц = C + П, \quad (15)$$

де C – собівартість продукції, грн.,

$П$ – величина прибутку в ціні, грн.

Прибуток визначається у відсотках до собівартості, величина яких визначається, виходячи з міркувань прибутковості продукції та її конкурентоспроможності.

При методі пропорційного ціноутворення підприємства виходять не стільки з власних витрат, скільки з цін конкурентів. При цьому методі (його ще називають “за рівнем конкуренції” ціна встановлюється як функція цін на аналогічну продукцію конкурентів [6], тобто

$$Ц = f(Ц_1, Ц_2, \dots, Ц_n), \quad (16)$$

де $П$ – кількість продавців аналогічної продукції.

Одним з показників політики ціноутворення є індекс цін, який відображає відношення рівня цін звітного року до попереднього або базового.

Наступним показником у цьому блоці є якість продукції як сукупність властивостей, що зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до свого призначення.

Якість продукції оцінюється за сортами за допомогою коефіцієнтів сортності (K_c) [6]:

$$K_c = \frac{N1 \times Ц1 + N2 \times Ц2}{(N1 + N2) \times Ц1}, \quad (17)$$

де $N1, N2$ – відповідно випуск продукції нижчого і вищого сорту, одиниць;

$Ц1, Ц2$ – ціна одиниці виробу відповідного сорту, грн.

Висновки. Отже, теоретичні підходи до визначення і застосування у практичній діяльності сільськогосподарських підприємств показників, що характеризують їх функціонування на внутрішньому продовольчому ринку, здебільшого орієнтовані на кількісну оцінку співвідношення результатів та витрат, не враховують у комплексі оцінку цінової політики та якості продукції. З метою здійснення більш повного аналізу функціонування підприємств на внутрішньому продовольчому ринку пропонується комплексний підхід, що об'єднує показники за критеріями ємності ринку, конкурентоспроможності, ефективності діяльності, цінової політики та якості. Такий підхід дозволяє дослідити результати функціонування сільськогосподарських підприємств більш глибоко за елементами, що є підґрунтям для повного відображення масштабів виробництва та збуту продукції, розробки необхідних напрямів удосконалення організаційно-економічного механізму.

Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л. Методы оценки емкости рынка / Г.Л. Азоев // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 1999. – № 6. – С. 43-48.
2. Андреев П. Обеспечение финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий / П. Андреев // АПК: экономика, управление. – 2002. – № 9. – С. 69-73.
3. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств / Андрійчук В.Г. – К.: ІЗМН, 1996. – 510 с.
4. Андрійчук В.Г. Оцінка макро- і мікропараметрів економіки в контексті продовольчої безпеки України / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2001. – № 5. – С. 61-65.
5. Власов В.І. Глобальна продовольча проблема: [Монографія]. – К.: ІАЕ УААН, 2001. – 506 с.
6. Могильний О.М. Державне регулювання аграрної сфери / О.М. Могильний. – Ужгород: ІВА, 2005. – 400 с.
7. Наливайченко С.И. Экономические рычаги совершенствования государственного регулирования / С.И. Наливайченко // Экономика Украины. – 2001. – № 11. – С. 35-41.
8. Олійник О. Теоретико-методологічні засади державного регулювання аграрного ринку / О. Олійник // Економіка України. – 2005. – № 7. – С. 65-73.

Аннотация. Рассматриваются теоретические и практические аспекты оценки эффективности функционирования сельскохозяйственных предприятий на внутреннем продовольственном рынке. Исследован и усовершенствован методический подход, который, в отличие от существующего, предполагает использование показателей емкости рынка, конкурентоспособности предприятий, эффективности рыночной деятельности, ценовой политики и качества.

Ключевые слова: внутренний продовольственный рынок, государственное регулирование, сельскохозяйственные предприятия, сельскохозяйственная продукция, организационно-экономический механизм.