

науки: программа и тезисы докладов / Харк. нац. акад. гор. хоз-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – С. 194–195.

2. Рябев А. А. Проект создания городского коммунального предприятия «Хостел» / А. А. Рябев / Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 28-29 березня. – Х.: ХНАМГ, 2013. – С. 105-106.

3. Структура потребительских расходов [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.ukrstat.gov.ua.

4. Доходи та заощадження в перехідній економіці України [Текст] / за ред. С. Панчишина та М. Савлука. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 406 с.

5. Михеев Д. Потребности и потребление в постсоциалистической экономике [Текст] // Общество и экономика. 2004, № 4. с. 146.

6. Писаревський І. М., Середа І. С. Тенденції розвитку готельного господарства в регіоні: вектор пріоритетів. Комунальне господарство міст, науково-технічний збірник, вип. 115. – 2014 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/view/4509>.

7. Ладиченко К. Управління відносинами готельних підприємств зі споживачами: проблеми та перспективи розвитку / К. Ладиченко // Маркетинг в Україні. – 2007. – №3. – С. 45-48.

8. Блохтур А. Український туризм: хто, куди й за скільки? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://glavcom.ua/articles/1854.html>.

9. Радаев В. В. Социология потребления: основные подходы [Электронный ресурс] // Социологические исследования. 2005. №1. С. 5-18. – Режим доступа: http://www.ecsocman.edu.ru/socis/volumes.html?year=2005&j_num=1.

10. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства [Текст] / Р. А. Браймер. – М. : Аспект Пресс, 1995. – 382 с.

11. Wagen Van der L., Goonetilleke A. Hospitality management : strategy and operations [Text] / L. Van der Wagen. – Frenchs Forest, N.S.W. : Pearson Australia, 2012.

12. Industry Overview: Hospitality and Tourism. [Electronic resource]. – Regime of access: <https://www.wetfeet.com/articles/industry-overview-hospitality-and-tourism>.

13. Рёкан – традиционная японская гостиница. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourjapan.ru/wiki/ryokan-tradicionnaya-yaponskaya-gostinica>.

14. Ryokan (Рёкан). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allatravels.ru/alla/Default.aspx?ID=1650>.

15. Рёкан (гостиница). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Рёкан>.

Стаття надійшла: 07.06.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Дмитрієв І.А.

УДК 339.166.84:005.336.8

JEL Classification: F 19

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

Огиенко С.А., к. э.н., доцент

Колесник В.Ю.

Харьковский торгово-экономический институт

Киевского национального торгово-экономического университета

Аннотация. В работе рассмотрены проблемы качества и конкурентоспособности товаров. Представлены признаки качественных показателей конкурентоспособности товаров. Проанализирована ситуация конкурентоспособности на рынке товаров Украины.

Учитывая при соединении Украины к зоне свободной торговли с странами Европейского Союза и превращению отечественного рынка сбыта на европейский рынок, все больше актуальности приобретает рассмотрение вопросов касающихся повышению качества и конкурентоспособности товаров отечественных предприятий.

Предметом исследования в данной статье выступает качество и конкурентоспособность товаров отечественных товаров. Цель статьи исследования проблем качества и конкурентоспособности товаров и разработка подходов по их устранению.

О низком уровне конкурентоспособности украинской продукции на европейском рынке свидетельствуют: низкая эффективность отрасли торговли по сравнению с другими странами; несоответствие структуры украинского экспорта с стран Европейского Союза, а рынок товаров Украины становится более масштабным по отношению Европейским рынком.

Раскрыты теоретические и методологические подходы к оценке конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешнем рынках. Проанализирована суть понятия конкурентоспособности товаров. Осуществлен анализ современного состояния данного рынка и выявлены основные его тенденции развития. Определены предпосылки формирования потенциала управленческой структуры рынка. Выделена роль государства в оптимизации деятельности торговых предприятий региона на основе повышения конкурентоспособности их товаров.

В значительной степени препятствуют укреплению конкурентоспособности товаров такие факторы, как: низкий уровень развития отечественной финансово-кредитной системы; неразвитость инфраструктуры актуальных проблем конкурентоспособности; недостаточная гармонизация украинских стандартов качества с международными; недостаточность государственного целевого финансирования научно-прикладных разработок.

По результатам исследований определены основные стратегические направления дальнейшего развития подходов по повышению качества и конкурентоспособности товаров отечественных предприятий, среди которых: формирование и эффективное использование ресурсного потенциала отечественных предприятий; развитие предпринимательства, интеграции и кооперации; формирование и эффективное развитие продовольственного рынка. С учетом существующих проблем представляется целесообразным осуществление реализации мероприятий по следующим основным направлениям, гармонизация отечественных стандартов на продукцию в соответствии со стандартами Европейского Союза; налаживание современной инфраструктуры рынка; усиление кооперации хозяйств населения производителей продукции.

Ключевые слова: Предприятие, конкурентоспособность товаров, диагностика, товары, конкурентоспособность.

ACTUAL PROBLEMS OF GOODS QUALITY AND COMPETITIVENESS

Svitlana Ogiienko, PhD in Economics, Associate Professor

Viktoriya Kolisnyk

Kharkiv Institute of Trade and Economy

of Kyiv National University of Trade and Economy

Summary. The paper discusses the problem of quality and competitiveness of products. It presents the signs of quality indicators of the goods competitiveness. The situation in the market competitiveness of Ukrainian products is analyzed.

It is given the connection with the Ukraine's free trade zone with the European Union and the transformation of the domestic market to the European market, as it has become more urgent consideration of issues relating to improving the quality and competitiveness of domestic enterprises.

The subject of the article is the quality and competitiveness of products of domestic goods. The purpose of the article is in the problems of quality and competitiveness of products and the development of approaches.

The low level of competitiveness of Ukrainian products in the European market shows: the low efficiency of the industry traders in comparison with other countries; discrepancy between the structure of Ukrainian exports to the European Union, and the market of goods in Ukraine to become more ambitious in regard to the European market.

The theoretical and methodological approaches to the assessment of the competitiveness of products in the domestic and foreign markets helps to analyze the essence of the concept of competitiveness of the goods. The analysis of the current state of the market and identified the main trends of its development. Preconditions capacity building management structure of the market highlight the role of the state in the optimization of commercial enterprises in the region by improving the competitiveness of their products.

To a large extent prevent the strengthening of the competitiveness of products such factors as: underdevelopment of the domestic financial system; underdeveloped infrastructure urgent problems of competitiveness; lack of harmonization of Ukrainian standards of quality with international; lack of state funding mudflow scientific and applied research.

According to the research the key strategic directions are identified for the further development of approaches to improve the quality and competitiveness of domestic enterprises, including the formation and the efficient use of the resource potential of domestic enterprises; enterprise development, integration and cooperation; formation and efficient development of the food market. In view of the problems it seems appropriate implementation of the implementation of measures in the following areas, harmonization of domestic standards on products in accordance with European Union standards; the establishment of a modern market infrastructure; strengthening cooperation households producers.

Keywords: enterprise, competitive products, diagnostics, products competitiveness.

Постановка проблемы. Проблема конкурентоспособности товаров в современных рыночных условиях занимает одно из центральных мест. Особую остроту она приобрела в отношении выпуска изделий сложной степени обработки, став одним из самых серьезных препятствий для расширения их вывоза и преодоления на этой основе сырьевого перекоса в общей структуре экспорта.

Постановления Украинского правительства требуют от предпринимателей уделять первостепенное внимание созданию и быстрому наращиванию выпуска продукции на внешних рынках. Все это способствует возникновению повешению требований к качеству отечественных товаров и созданию их конкурентоспособности.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрением вопросов касающихся качества товаров и создания их конкурентоспособности занимались отечественные и зарубежные ученые. Среди отечественных авторов можно выделить следующих: Зинченко А.Г., Сапрыкина М.А., Мизюк Б.М., Беляевский И.К., Ромат Э.В., Попова Н.В., Андрушко Е. Б., Ершова Н. Ю., Лигоненко Л. А.

Нерешенные составляющие общей проблемы. В последнее время на потребительском рынке страны возросло количество опасных, некачественных товаров и подделок. Основная причина это ослабление государственного контроля в сфере защиты прав потребителей и рыночного надзора, отсутствие межведомственной координации действий, несовершенство потребительского законодательства. В связи с этим возникает необходимость разработки подходов относительно оценки качества товаров отечественных предприятий, разработки мероприятий по разработке их конкурентоспособности и созданию конкурентных преимуществ товаров.

По результатам проведенных контрольных мероприятий 38% проверенных продуктов питания не соответствовали стандартам качества и безопасности, что на 5% больше, чем в предыдущем году. Зафиксированы многочисленные нарушения законодательства субъектами хозяйствования, которые реализуют непродовольственную продукцию высокой степени риска. Если в целом более четверти проверенных непродовольственных товаров не соответствовали установленным нормативам, то среди бытовой техники и детской одежды таких товаров было 96% и 79% соответственно [1].

Государственной инспекцией Украины по вопросам защиты прав потребителей отмечено, что существенно снизился уровень эффективного реагирования на жалобы покупателей. Политика импортозамещения - это та сфера, которая должна быть ключевой идеей в формировании плана действий правительства на несколько ближайших лет. Ее успешная реализация будет способствовать с одной стороны преодолению негативного сальдо платежного баланса, а с другой - увеличению наших экспортных возможностей [2].

Формулирование целей статьи. Целью данной статьи является- исследования проблем качества и конкурентоспособности товаров и разработка подходов по их устранения.

Изложение основного материала исследования. В условиях рыночной экономики, все больше обостряется конкурентная борьба между производителями продукции и услуг. Важная роль отводится такому аспекту, как удовлетворение потребностей покупателя, а потребительские свойства товара в значительной степени определяют его цену. Покупатели становятся более требовательны к качеству продукции. Следовательно, наблюдается тенденция, направленная на достижение высшего уровня качества и создание надежных изделий, что и определяет конкурентоспособность продукции [3].

На практике понимание того, что скрывается за словом «конкурентоспособность», еще не устоялось. В обыденных представлениях под конкурентоспособностью товара, как правило, подразумевается все то, что обеспечивает ему преимущества на рынке, содействует его успешному сбыту в условиях конкуренции. Такое определение не проясняет содержание рассматриваемого понятия, констатируя не более чем и без того ясную зависимость сбыта от конкурентоспособности. За обобщенностью определения теряется сущность конкурентоспособности как характеристики конкретного товара, в связи с которой происходит распределение спроса между ним и другими товарами аналогичного назначения.

В большинстве научных источников информации под конкурентоспособностью понимают комплекс потребительских свойств товара отделяя от его стоимости. Низкая конкурентоспособность товара ведет к снижению цен на товары и, наоборот, повышение конкурентоспособности обуславливает рост цен. Термин «конкурентоспособность» отождествляется с понятием качества товара, которое включает: технический уровень, качество изготовления, экономический эффект от его использования.

Зинченко А. Г. определяет конкурентоспособность как комплексную характеристику товаров, которая обозначает его преимущества на рынке по сравнению с аналогичными товарами-конкурентами по степени удовлетворения потребности и затрат. Конкурентоспособность обуславливается качественными и стоимостными особенностями товара, которые учитывает покупатель с целью удовлетворения соответствующей потребности. [4]

Обеспечение уровня качества соответствующего требованиям, предъявляемым покупателями на рынке, является одним из важных и обязательных условий конкурентоспособности продукции производителя товаров. К предпосылкам, влияющим на повышение интереса к высококачественной продукции можно отнести: повышение требований к безопасности продукции; повышения уровня жизни людей, рост научно-технического прогресса; возможные проблемы с энергоресурсами[5].

В научной литературе значительное внимание уделяется конкурентоспособности и ценовой политике и их взаимосвязи товаров на рынке сбыта. Различие свойств у конкурирующих товаров должно проявляться в различии цен, то есть конкурентоспособности этих товаров по отношению друг к другу. Легко найти потребителя, который, руководствуясь подобной логикой, стал бы делать выбор среди некоторой группы товаров-конкурентов исключительно на основе сопоставления цен. Именно потребитель, сравнивая предлагаемые ему изделия, решает, какое из них наиболее подходит для него, а значит является наиболее конкурентоспособным, с его точки зрения [6].

Сегодня необходимо рассматривать конкуренцию в товарах с точки зрения не производителя, а потребителя. Не все свойства изделий носят полезный для потребителя характер. Изначально потребитель покупает вещь не для того, чтобы ее ремонтировать, заправлять топливом, обеспечивать электроэнергией и нести по ней другие расходы, однако без этих затрат он не может пользоваться изделием, не может привести его в действие и получить желаемый эффект.

Поэтому желание приобрести такой товар, который предполагает для него как можно меньше затрат вполне объяснимо. Потребитель судит по параметрам, указывающим на свойства изделия, с которыми связан размер затрат, необходимых для покупки и использования изделия по назначению. Исходя из этого конкурентоспособность определяется как характеристика товара, в которой отражается его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. В товаре потребительские свойства неотделимы от его стоимостных характеристик, постольку величина конкурентоспособности товара зависит как от размера потребительских свойств товара, так и от его стоимости по содержанию и эксплуатации.

Соотношение показателя цены к полезному эффекту использования товара и аналогичным показателям других товаров дает представление об уровне его конкурентоспособности. Для товара быть конкурентоспособным — значит не просто обладать способностью противостоять конкуренции, а превосходить ее.

Конкурентоспособность продукции это:

- с одной стороны — способность товара удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию данной продукции;

- с другой стороны — совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающих удовлетворение конкретной потребности покупателя [7].

С точки зрения конкретного потребителя очень важное значение в комплексе конкурентоспособности товаров играют сравнительные признаки и параметры качественных показателей. Специфика их группировки представлена на рисунке 1 [8].

Конкурентоспособность определяется качественными и экономическими показателями - особенностями товаров и услуг, которые учитываются потребителями согласно их непосредственной значимости для удовлетворения потребностей. В связи с тем, что все предприятия постоянно пытаются удержаться на высоких позициях рыночной конкуренции, им необходимо разрабатывать мероприятия и проводить в жизнь основные меры рыночных требований:

- учет функциональных особенностей товаров — это универсальность применения, усовершенствованное выполнение основных и вспомогательных функций;

- надежность в потреблении и применении — это долгосрочность, пригодность к ремонту, сохранность, безотказность в использовании;

- эргономические особенности — это гигиенические, антропометрические, физиологические, психофизиологические;
- эстетические особенности — это рациональность формы, целостность композиции, художественное оформление внешнего вида, совершенство производственного исполнения[9].



Рисунок 1 – Признаки качественных показателей конкурентоспособности товаров

Очень много присутствует характеристик несоответствия к которым относят следующие: в первую очередь, потребитель не может получить о большинстве товаров, что лежат на прилавках, достоверную информацию; на значительное количество товаров производитель не дает сопроводительных документов; недостаток информации присутствует не только в небольших магазинах или на базарах, а и в крупных торговых сетях[10]. В настоящее время большинство товаров на украинском рынке не соответствуют требованиям законодательства, а также простым стандартам и техническим требованиям.

Вывод. В результате анализа проблем связанных с качеством и конкуренцией, с точки зрения производителей и потребителей, можно сказать, что влияние научно-технического прогресса на конкурентоспособность товаров находит свое выражение в постоянном совершенствовании применяемых предприятиями технологий, организации производства и управления. Применение более производительного и дешевого в эксплуатации оборудования позволяет компаниям сокращать издержки производства, создавая тем самым возможность снижения продажных цен при неизменной или увеличивающейся прибыли.

Влияние новейших открытий и изобретений на уровень конкурентоспособности подчас настолько велико, что существовавшие системы внешнеторговой защиты национальных товаров были не в состоянии помешать увеличению притока более конкурентоспособных иностранных товаров.

Перечень ссылок:

1. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління: підруч. / Б. М. Мізюк. – Львів: Магнолія, 2012. – 544с.
2. Статистика рынка товаров и услуг./[Под ред. И.К. Беляевского].-2-изд. перераб. и доп.-М.: Финансы и статистика, 2011. – 656 с.

3. Тенденции и перспективы развития маркетинга в современных условиях: монографія /под общей ред. Е.В. Ромата, Н. В. Поповой; [Ромат Е. В., Попова Н. В., Андреева Н.Г.и др.] . – Х.: ХНАДУ, 2013. – 436 с.
4. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність: стан та перспективи розвитку. Аналітичний звіт / А.Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – К.: Фарбований лист, 2011.– 56с.
5. Дюпюи И.А. Конкурентоспособность продукции / И.А. Дюпюи – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/s/Konkurentosposobnost-produkci.html/>
6. Феронова А. В. Методические подходы конкурентоспособности продукции / А.В. Феронова, В.И. Бородаенко // Молодой ученый. — 2011.—№10.Т.1.—С. 170-175.
7. Гурков И.Б. Половина товаров на украинском рынке не соответствует нормам / И.Б. Гурков – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://news.dtki.ua/law/consumer%20protection/22226/>
8. Богатин Э. В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия / Э.В. Богатин. – М.: Изд-во стандартов, 2012. –216с.
9. Официальный сайт Всемирной торговой организации (ВТО) — [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wto.org>.
10. Магомедов Ш.Ш. Конкурентоспособность товаров: теория, оценка/ Ш.Ш. Магомедов, Г.Е. Беспалова //Методы менеджмента качества. - 2011.— № 9. — с. 30 -33.

Стаття надійшла: 22.10.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Бабиш Д.В.



УДК 338.124.4

JEL Classification : M 110

ПРОБЛЕМА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Черкас П.П.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Незадовільні умови господарювання, які склались для українських підприємств, під впливом нестабільної політичної та соціально-економічної обстановки вимагають від нас приділити більше уваги вивченню проблеми антикризового управління та розробки науково-методичних підходів до вирішення даної проблеми. Метою дослідження є формування понятійного апарату проблеми антикризового управління підприємством в Україні та узагальнення поняття кризи на підприємстві. У проведених дослідженнях був використаний загальнонауковий метод та методи аналізу і синтезу. На основі аналізу матеріалів досліджень різних науковців, автором пропонується власне визначення поняття кризи – це нестандартна ситуація, яка порушує нормальну роботу підприємства та має неоднозначні наслідки на нього, з одного боку це погіршення фінансових показників, спад виробництва, втрата конкурентних позицій, збільшення заборгованості та збитків, а з іншого боку – це можливість оздоровлення підприємства, пошук нових шляхів розвитку та нарощування виробництва і збільшення впливу на конкурентів та розширення ринків збуту. Також в статті на основі аналізу та узагальненні літературних джерел було сформовано таблиця 1 «Значення поняття «криза» у її економічному розумінні різних науковців» та таблиця 2 «Класифікація криз за її характером». Результати дослідження мають лягти в подальші дослідження проблеми та розробку механізму антикризового управління підприємством. Зазначимо, що для вирішення проблеми виходу підприємства з кризи «панацеї» не існує і до вирішення даної проблеми потрібно підходити комплексно. Специфіка проблем та особливості діяльності кожного окремо взятого підприємства вимагає від керівництва самостійно формувати належний набір антикризових заходів та інструментів для виведення підприємства з кризового стану, стабілізації його роботи та підвищення ефективності господарювання.

Ключові слова: антикризове управління, антикризові заходи, кризова ситуація, кризове явище, фінансові результати, банкрутство.

THE PROBLEM OF CRISIS MANAGEMENT IN MODERN ENTREPRENEURSHIP CONDITIONS

Pavlo Cherkas

Kharkiv National Automobile and Highway University

Summary. Poor economic conditions, that prevailed in Ukrainian enterprises under the unstable political and socio-economic situation, require us to pay more attention to the problem of crisis management and development of scientific and methodological approaches to solving this problem. The aim of the study was to form the conceptual problem-solving apparatus of crisis management in Ukraine and generalization of the concept of crisis at the company. The analysis used the general scientific methods and methods of analysis and synthesis. Based on analysis of research of different scholars' materials, the author proposed his own definition of the concept of crisis: "a nonstandard situation that violates the normal operation of the company and has mixed consequences of it - on the one hand, the deterioration in financial performance, the recession, loss of competitive positions, increased indebtedness and losses, and on the other hand, an opportunity to rehabilitation, finding new ways to develop and to increase the production with the increased impact on competition and market expansion. Based on the results of analysis and synthesis method in the literature it was formed table 1 "the definition of the crisis in its economic sense by the different scientists" and table 2 "the classification of crisis by its origins". The results of the study should serve as the further researches fundament and as the development of a mechanism for crisis management. Note that to address the solving of the problem for exiting the crisis there is no "panacea" and the problem must be approached comprehensively. The specificity of the problems and issues for each individual company requires the management to form a proper set of anti-crisis measures and tools to drive the company out the crisis, stabilizing its operational and management efficiency.

Keywords: crisis management, crisis measures, crisis, financial results, bankruptcy.

Постановка проблеми. На сьогодні, в Україні склалась така ситуація, що ледь не з кожним днем збільшується кількість підприємств, які знаходяться у кризовому стані і ця проблема стає все більш актуальною. Таку ситуацію можна пояснити кризовою політичною, економічною та соціальною обстановкою, в деякій мірі це викликано подіями антитерористичної операції, яка зараз проходить на сході нашої держави. Це пов'язано зі спробами збільшення геополітичного та економічного тиску на нашу державу з боку нашої сусідньої держави. Тому останнім часом загострилася проблема виведення підприємств із кризового стану в умовах економічної та політичної нестабільності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема антикризового управління завжди була і напевно ще довго залишатиметься актуальною, тому що прогрес не стоїть на місці, світова економіка розвивається, підприємства працюють і кризові явища виникають час від часу. Ці всі складові напевно можна назвати своєрідною «системою». Останнім часом все частіше науковці звертають увагу на проблеми антикризового управління. Проблеми антикризового управління розглядаються у працях таких вчених-науковців: Бланка І.А., Гайворонської Ю.Є., Ситник Л.С., Чернявський А.Д., Шершньова А.Д., Брюховецька Н.Є., Хаммер М., Терещенко О.О., Бірман Г., Шмідт С., Брелі Р. [1], [2], [3], [4], [5].

Проаналізувавши дані дослідження, можна сказати що автори по-різному дивляться на проблему кризового стану підприємства, кризових явищ та ситуацій, тому не існує єдиної думки в площині даної проблеми.

Невирішені складові загальної проблеми. Підприємство яке знаходиться у кризовому стані, може продовжувати працювати тільки при умові здійснення грамотного та ефективного антикризового управління, яке дозволить підприємству не тільки вижити, а й по можливості пристосувати свою роботу до кризових умов в яких воно опинилося. Виконавши такі завдання підприємство може розраховувати не тільки на стабільну роботу, а й на можливість розвитку свого потенціалу.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є формування понятійного апарату проблеми антикризового управління підприємством в Україні та узагальнення поняття кризи на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. В нинішніх умовах, які характеризуються економічною, політичною нестабільністю, високим рівнем соціального напруження, діяльність українських підприємств дуже ускладнена різноманітними кризовими явищами та ситуаціями, які призводять до неплатоспроможності, а ще гірше – банкрутства [6]. На сьогоднішній день в Україні не має чіткого поняття антикризового управління. Ті поняття, які зараз існують, є розпливчастими та неоднозначними. У нас немає чіткого розуміння про те, що антикризове управління може бути в різних умовах. В одному випадку це може бути управління в умовах загальнодержавної економічної кризи, у іншому – кризовий стан підприємства, до якого призвів неефективний менеджмент, у третьому випадку – управління підприємством на порозі банкрутства, у четвертому – в умовах банкрутства, у п'ятому випадку – у постбанкрутний період. Таким чином, існує проблема формування інструментарію, методології та засобів подолання кризи за різних умов її виникнення, адже у різних умовах кризи – стоять різні передумови виникнення. Для адекватного управління та здійснення ефективного антикризового управління підприємством, потрібно чітко визначити умови та причини виникнення кризового стану підприємства. Від правильності визначення причин кризи та відповідно вибору засобів та методів подолання кризи буде залежати кінцевий результат цих заходів.

В чому ж проявляється кризовий стан підприємства. Погіршення фінансових результатів діяльності підприємства, що унеможлиблює отримання прибутків та призводить до зростання збитків та нарощування заборгованості перед фінансовими контрагентами. Це все призводить до втрати конкурентних позицій на ринку і подальшого банкрутства підприємства. Такий розвиток подій можливий, якщо своєчасно не здійснити адекватних заходів щодо подолання кризи.

Розглянемо значення категорії «криза» у її економічному розумінні, як це бачать науковці різних країн світу та різних часів дослідження, що приведено у таблиці 1.

Криза – це нестандартна ситуація, яка порушує нормальну роботу підприємства та має неоднозначні наслідки для нього, з одного боку це погіршення фінансових показників, спад виробництва, втрата конкурентних позицій, збільшення заборгованості та збитків, а з іншого боку – це можливість оздоровлення підприємства, пошук нових шляхів розвитку та нарощування виробництва і збільшення впливу на конкурентів та розширення ринків збуту.

Таблиця 1 – Значення поняття «криза» у її економічному розумінні різних науковців [складено автором за даними 7-9].

Автор	Значення
Ожегов С.І.	різкий, крутий перелом у чому-небудь
Румянцева	гостре затруднення з будь-чим, тяжке становище
Попов Р., Кірганов К., Грінер Л.	форма поступального руху, розвитку системи
Вебстер Дж., Вінер Е., Градов А., Каан Дж., Чернявський А.Д.	нестандартна ситуація, переломний момент, переломний етап функціонування будь-якої системи, на якому вона зазнає впливу ззовні чи зсередини, що потребує від неї якісно нового реагування
Кейнс Дж., Крутько В., Коротков Е., Нікбахт Е., Гропеллі А.	погіршення параметрів функціонування, реальність банкрутства
Планкетт Л., Дейл Г.	розбіжність між бажаним і реальним станом об'єкта управління
Шершньова З. Є., Оборська С. В., Туган-Барановський М. І.	період порушення рівноваги, закінчення фази підйому і початок фази скорочення, є вихідною фазою економічного циклу
Лігоненко Л.О., Тарасюк М.В., Хіленко О.О.	пошкодження внутрішніх механізмів підтримки адаптивності, гнучкості та сталості, які забезпечують підтримку рівноважного стану підприємства
Василенко В.О.	крайнє загострення суперечностей у соціально-економічній системі (організації), що загрожує її стійкості у навколишньому середовищі
Чернявський А.Д.	наслідок зриву досягнення окремої цілі чи випадання одного елемента із системи управління (втрата постачальника, джерела сировини, зміна транспортної схеми, звільнення провідного спеціаліста)

Більшість науковців вважають, що криза має тільки негативні наслідки для підприємства, хоча це твердження можна спростувати, тому що можна стверджувати про негативний вплив кризи на підприємство тільки у випадку, коли криза мається на увазі як вже завершений факт, який призвів до негативних наслідків у діяльності підприємства, зокрема це завдання фінансових збитків підприємству. У тому випадку коли криза не є завершеним фактом, то однозначно стверджувати про тільки негативний вплив на підприємство не можна. Зазвичай криза в будь-якій сфері діяльності це є порушення зв'язків у роботі певної цілісної системи. Слід зазначити, якщо на ранніх етапах кризи підприємства своєчасно здійснити адекватні ситуації заходи з подолання кризи, то підприємство не зазнає негативного впливу, а навпаки, при досконалому антикризовому управлінні, підприємство отримує гарний досвід подолання кризових ситуацій та стане більш гнучким і пристосованим до різких змін. Тобто за рахунок кризової ситуації підприємство може не тільки не зазнати негативного впливу, а навпаки досягнути певного розвитку. Виходячи з цього, можна сказати, що від керівництва та його антикризових заходів залежить, яких наслідків зазнає підприємство у кризовій ситуації.

Для точного виявлення та успішного подолання кризових ситуацій необхідно класифікувати види криз за економічним характером, за охопленням сфер господарювання та галузями народного господарства.

Подолання криз завжди має бути добре контрольованим процесом. Про це свідчать багато криз, що відбувалися в історії розвитку людства, виробництва й економіки. Успіх управління від своєчасного розпізнавання кризи симптомів її настання[11].

Висновок. На основі дослідження підходів до визначення поняття криза, автором було запропоновано власне визначення, яке дає можливість більш конкретно розуміти можливі наслідки кризи для підприємства та приймати більш доцільні заходи щодо виходу з кризи. Зазначимо, що для вирішення проблеми виходу підприємства з кризи «панацеї» не існує і до вирішення даної проблеми потрібно підходити комплексно. Специфіка проблем та особливості діяльності кожного окремо взятого підприємства вимагає від керівництва самостійно формувати належний набір антикризових заходів та інструментів для виведення підприємства з кризового стану, стабілізації його роботи та підвищення ефективності господарювання.

Таблиця 2 – Класифікація криз за їх характером [складено автором за даними 9-10]

Циклічні кризи	це періодично повторювані спади суспільного виробництва, що викликають паралізацію ділової активності в усіх сферах народного господарства та дають початок новому циклу господарської діяльності.
Проміжні кризи	це періодичні спади суспільного виробництва, що виникають, які на час переривають стадії поживлення й підйому національної економіки. Вони не дають початок новому циклу, мають локальний характер, нетривалі.
Структурні кризи	пов'язані з поступовим і тривалим наростанням міжгалузевих диспропорцій у суспільному виробництві й характеризуються невідповідністю сформованої структури суспільного виробництва умовам, що змінилися, ефективного використання ресурсів. Вони викликають довгострокові потрясіння й потребують для свого вирішення тривалого періоду адаптації до нових умов (енергетична криза 70-х рр. XX ст. підвищила ціни в 4-5 разів і змусила перейти до енергозберігаючих технологій).
Часткові кризи	сполучені з падінням економічної активності у рамках великих сфер діяльності. Мова йде про грошовий обіг і кредити, банківську систему, фондовий і валютний ринки (світова валютна криза 70-х рр. XX ст. і перехід до системи плаваючих курсів).
Галузеві кризи	характеризуються спадом виробництва й згортанням діяльності в одній із галузей (наприклад, у вугільній, сталеливарній, текстильній промисловості).
Сезонні кризи	обумовлені впливом природно-кліматичних факторів, які порушують прийнятий ритм господарської діяльності (пізня весна для сільськогосподарського і комунального господарства).
Світові кризи	визначаються охопленням як окремих галузей у світовому масштабі, так і всього світового господарства.

Перелік посилань:

1. Бланк І.А. Антикризисное финансовое управление предприятием [Текст] / И.А. Бланк. - К.: Эльга, Ника - Центр, 2006. - 672 с.
2. Гайворонська Ю.Є. Методичні основи функціонування механізму антикризового управління підприємством : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Є.Ю. Гайворонська. - К. : Національний транспортний університет, 2006. - 19 с.
3. Ситник Л. С. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством / Л. С. Ситник. - Донецьк : ІЕП НАН України, 2000. - 503 с.
4. Терещенко О.О. Антикризисное финансовое управление на предприятии: монографія / О.О. Терещенко. - К. : Вид-во КНЕУ, 2004. - 268 с.
5. Брюховецкая Н.Е. Антикризисное управление предприятием / Н.Е. Брюховецкая И.П. Булеев. - Донецк: ИЭП НАН Украины, 2000. - 234 с.
6. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/7_NITSB_2012/Economics/10_102905.doc.htm
7. Мельник Ю.М. Маркетинг в антикризовому менеджменті : конспект лекцій / укладачі: Ю.М. Мельник, О. О. Міцура. - Суми : Сумський державний університет, 2012. - 116 с.
8. Шершньова З.Є. Антикризисное управление підприємством : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / З. Є. Шершньова, С.В. Оборська. - К. : КНЕУ, 2004. - 196 с.
9. Чернявський А. Д. Антикризисное управление підприємством: Навч. Посіб / А.Д. Чернявський. - К.: МАУП, 2006. - 256 с.: іл. - Бібліогр.: 242-245с.
10. Фролова Т.А. Макроекономіка: конспект лекцій / Т.А. Фролова. - Таганрог: ТРТУ, 2006.
11. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://library.if.ua/book/60/4197.html>

Стаття надійшла: 10.10.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Дмитрієв І.А.



УДК : 338.43:658.15

JEL Classification : G32

КОЕФІЦІЄНТНИЙ ПІДХІД ЩОДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ УКРАЇНСЬКИХ АГРОХОЛДИНГІВ

Іскра В.В.

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

Анотація. Стаття присвячена оцінці ефективності використання оборотних коштів провідними українськими агрохолдингами протягом 2011-2014 р.р. Основною метою є виокремлення комплексної системи показників оцінки ефективності використання оборотних коштів та розробка авторської схеми управління ефективністю використання оборотних коштів в рамках коефіцієнтного підходу. Методологічною основою дослідження є фундаментальні основи теорії підприємництва, фінансова звітність українських агрохолдингів, теоретичні та науково-практичні дослідження вітчизняних й зарубіжних науковців із проблем теорії та практики управління оборотними коштами.

У статті узагальнено існуючі думки науковців щодо значущості певних показників під час управління оборотними коштами та розкрито зміст коефіцієнтного підходу до оцінки ефективності використання оборотних коштів. Розроблено комплексну систему показників оцінки ефективності використання оборотних коштів та на її основі проаналізовано використання оборотних коштів такими провідними українськими агрохолдингами, як ПАТ «Кернел», ПАТ «Миронівський хлібопродукт» (МХП), ПАТ «Астарта-Київ», ПАТ «Авангард», ПАТ «Овостар» та ПАТ «Індустріальна молочна компанія» (ІМС). Запропоновано авторський підхід до визначення оптимальних значень показників оцінки оборотних коштів. Сформульовано авторську схему управління ефективністю використання оборотних коштів в рамках коефіцієнтного підходу.

Практична значущість статті полягає у розробці комплексного підходу оцінки ефективності використання оборотних коштів, який допоможе менеджменту виокремлювати «слабкі місця» в управлінні оборотними коштами та розробляти управлінські рішення для покращення ситуації.

Ключові слова : агрохолдинг, коефіцієнтний підхід, ризик ведення бізнесу, дохідність підприємства, оборотність оборотних коштів, показники оцінки, схема управління ефективністю використання оборотних коштів.

COEFFICIENT APPROACH TO EVALUATING THE EFFICIENCY OF USE OF CURRENT ASSETS OF THE UKRAINIAN AGROHOLDINGS

Vitaliy Iskra

Vadym Hetman Kyiv National Economic University

Summary. The article estimates the efficiency of use of current assets leading Ukrainian agroholdings during the years 2011-2014. The main objective is the isolation of the complex system of indicators to measure the efficiency of current assets and the development of the author's scheme of performance management of current assets within coefficient approach. The methodological basis of the study is the fundamentals of business theory, the financial statements of Ukrainian agroholdings, theoretical, scientific and practical research of domestic and foreign scientists to the theory and practice of management of current assets.

The article summarizes existing scientific opinion regarding the importance of certain indicators during managing current assets and reveals the content of coefficient approach to the efficient use of current assets. The complex system of indicators to measure the efficiency of use of current assets is designed. The efficiency of use of current assets such leading Ukrainian agroholdings as PJSC "Kernel", PJSC "MHP", PJSC "Astarta-Kyiv", PJSC "Avan-gard", PJSC "Ovostar" and PJSC "IMC" is analyzed through the complex system of indicators listed below. An author's approach to determining the optimal values of indicators to measure current assets is justified. Author's scheme of performance management of current assets within coefficient approach is evaluated.

The practical significance of the article is to develop a comprehensive approach to evaluating the effectiveness of use of current assets to help management isolate the "weaknesses" in the management of current assets and to develop management solutions for improvement.

Keywords: agroholding, coefficient approach, the risk of doing business, enterprise profitability, turnover of current assets, indicators of evaluation, performance management scheme of current assets.

Постановка проблеми. Для сучасних українських підприємств ефективно використання оборотних коштів (ЕВОК) відіграє важливу роль в процесі управління господарською діяльністю - забезпечує платоспроможність та прибутковість підприємства. Водночас, неефективне використання оборотних коштів призводить до простоїв виробництва, несвоєчасних розрахунків з контрагентами, заборгованості по заробітній платі тощо. Тому для мене-

дженменту підприємства важливо об'єктивно та всебічно оцінити ефективність управління оборотними коштами. Особливої уваги в процесі оцінки ефективності використання оборотних коштів заслуговує коефіцієнтний підхід, який дозволяє порівняти певні абсолютні показники господарської діяльності, що покращує процес вибору господарських рішень.

Аналіз досліджень та публікацій останніх років. Вагомий внесок у дослідження підходів щодо оцінки ефективності використання оборотних коштів внесли чимало вітчизняних та іноземних вчених. Такі вчені, як В.А. Фридинський та Н.В. Колчина використовують дещо спрощений метод оцінки за допомогою одного-двох коефіцієнтів [1; 2]. Водночас О.В.Дейнека, К.М.Юрченко [3], А. Бірман, Ю. Брігхем та Л. Гапенські використовують низку коефіцієнтів, орієнтуючись на дохідність та ризик. В свою чергу, Т.І. Лепейко акцентує особливу увагу на рентабельності й оборотності оборотних коштів, а Д.Л. Ящук - на фінансовій стійкості [4; 5]. Віддаючи належне науковій та практичній значущості праць зазначених вчених, необхідно підкреслити, що дотепер належно не висвітлено питання комплексної оцінки ефективності використання оборотних коштів в рамках коефіцієнтного підходу.

Невирішені складові загальної проблеми. Більшість сучасних авторів підходять до вирішення проблеми оцінки ефективності використання оборотних коштів досить однобічно, аналізуючи господарську діяльність лише з боку певних конкретних напрямків. На нашу думку, для об'єктивної оцінки необхідно застосовувати комплексний підхід, який буде враховувати аналіз рентабельності оборотних коштів, їх оборотності та ризик ведення бізнесу.

Постановка завдання. Основними завданнями статті є виокремлення комплексної системи показників оцінки ефективності використання оборотних коштів, визначення їх оптимальних значень під час ведення господарської діяльності на прикладі провідних українських агрохолдингів та розробка авторської схеми управління ефективністю використання оборотних коштів в рамках коефіцієнтного підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до коефіцієнтного підходу для оцінювання ефективності використання оборотних коштів (ЕВОК) необхідно розрахувати низку коефіцієнтів, які визначаються шляхом порівняння між собою певних абсолютних показників господарської діяльності підприємства.

В рамках коефіцієнтного підходу в сучасній науковій літературі існує безліч думок щодо вибору тих чи інших коефіцієнтів. Наприклад, Лепейко Т.І. та Ромаз Є.Г. вважають, що ефективне управління фінансуванням та використанням оборотних активів характеризують три основні показники – коефіцієнт оборотності активів, період їх обороту та рентабельність оборотних активів [4]. Ящук Д.Л. пропонує використовувати коефіцієнти ефективності використання окремих елементів оборотних коштів та коефіцієнт фінансової стійкості без врахування показників ефективності використання оборотних коштів в цілому [5].

Фридинський В.А вважає, що в українській практиці доцільно використовувати такі показники, як тривалість одного обороту оборотних коштів та коефіцієнт оборотності [1]. В свою чергу, Колчина Н.В. зауважує, що узагальнюючим показником ефективності використання оборотних коштів є їх рентабельність [2].

В свою чергу, Дейнека О.В. та Юрченко К.М. підходять до оцінки ЕВОК з позицій балансування ризику та дохідності. На їхню думку, необхідно дотримуватися обмежень щодо значення коефіцієнту покриття (більше 1) та щодо значення ефекту фінансового важеля (яке має перевищувати значення попереднього періоду) [3].

На нашу думку, головним змістом та основною метою використання оборотних коштів є балансування між оборотністю, ризиком та дохідністю оборотних коштів. Оцінка ЕВОК має проводитись комплексно – враховуючи кожен із зазначених вище передумов.

Отже, на основі вищевикладеного розроблено комплексну систему показників для оцінки ефективності використання оборотних коштів українських агрохолдингів, яка включає такі коефіцієнти : 1. коефіцієнт оборотності оборотних коштів – відношення чистої виручки до середньорічної величини оборотних коштів; відзначимо, що у всіх коефіцієнтах оборотності позитивною тенденцією вважається зростання, а у тривалості обороту (крім кредиторської заборгованості) - зменшення; 2. тривалість обороту оборотних коштів, яка розпочинається з моменту надання передоплати постачальнику за сировину до отримання коштів за поставлену продукцію; 3. коефіцієнт оборотності власного оборотного капіталу (ВОК) – відношення чистої виручки до величини власного оборотного капіталу [2]; 4. тривалість обороту ВОК - відношення часової бази (наприклад, кількість днів у році) до коефіцієнта оборотності власного оборотного капіталу; 5. коефіцієнт оборотності запасів – відношення собівартості реалізованої продукції до середньорічної вартості запасів; 6. тривалість обороту запасів – відношення часової ба-

зи до коефіцієнта оборотності запасів; 7. коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості – відношення чистої виручки до середньорічної вартості дебіторської заборгованості; 8. тривалість обороту дебіторської заборгованості - відношення часової бази до коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості; 9. тривалість обороту кредиторської заборгованості – відношення часової бази до коефіцієнту оборотності кредиторської заборгованості (відношення собівартості реалізованої продукції до середньорічної кредиторської заборгованості); 10. різниця між тривалістю обороту дебіторської та кредиторської заборгованостей [5]; позитивне значення свідчить про те, що підприємство вивільняє додаткові оборотні кошти за рахунок постачальників ресурсів, а значить ефективніше веде бізнес; з іншого боку занадто велике перевищення дебіторської заборгованості над кредиторською несе ризик фінансової залежності від постачальників, що може призвести до втрати платоспроможності; 11. тривалість операційного циклу, який триває з моменту надходження сировини на склад до отримання коштів за відвантаженою продукцією; 12. тривалість фінансового циклу – різниця між операційним циклом та періодом кредиторської заборгованості; для останніх двох показників позитивним є тренд зменшення; 13. коефіцієнт забезпечення оборотних коштів – відношення власного оборотного капіталу до оборотних коштів; на законодавчому рівні нормативне значення складає більше 0, але на нашу думку воно має складати 0,3-0,8; 14. коефіцієнт забезпечення запасів – відношення ВОК до величини запасів; позитивне значення свідчить про те, що підприємство у кризових ситуаціях здатне за рахунок ВОК частково забезпечувати себе запасами [4]; 15. коефіцієнт забезпечення дебіторської заборгованості – відношення ВОК до величини дебіторської заборгованості; позитивне значення свідчить про те, що у кризових ситуаціях підприємство за рахунок ВОК має можливість частково компенсувати ризик неповернення дебіторської заборгованості[4]; 16. рентабельність оборотних коштів (ROCA; від англ. «Rent on current assets») – відношення чистого прибутку до оборотних коштів; ми вважаємо, що у нашій роботі доцільніше використовувати показник EBITDA, оскільки у 2014р. всі аналізовані агрохолдинги показали чистий збиток за рахунок валютних коливань; 17. рентабельність власного оборотного капіталу – дозволяє оцінити рентабельність власних оборотних коштів, інвестованих у господарську діяльність; 18. авторський коефіцієнт вивільнення оборотних коштів розраховується за допомогою формули (1) і має від'ємне значення у випадку їх економії.

$$k_{\text{економії ОК}} = \frac{\text{Вивільнення ОК за рахунок } \Delta T_{\text{обороту ОК}}}{\text{Оборотні кошти}_{n-1}} = \frac{(T_{\text{обороту ОК}}^1 - T_{\text{обороту ОК}}^0) \times \frac{\text{Виручка}^1}{t}}{\text{Оборотні кошти}_{n-1}} \quad (1)$$

Ми вважаємо, що оборотність оборотних коштів визначають показники з першого по одинадцятий. Водночас ризик здійснення господарської діяльності потрібно оцінювати за допомогою тривалості обороту ВОК та коефіцієнтів оборотності ВОК, забезпечення оборотних коштів, забезпечення запасів, забезпечення дебіторської заборгованості й рентабельності ВОК. Дохідність бізнесу оцінюється за допомогою рентабельності оборотних коштів, рентабельності ВОК та коефіцієнта вивільнення оборотних коштів. Як бачимо, деякі показники одночасно виконують декілька функцій. Наприклад, коефіцієнт оборотності ВОК оцінює оборотність оборотних коштів та ризик здійснення господарської діяльності.

Практична апробація оцінювання ЕВОК за допомогою комплексної системи показників проведена на прикладі таких провідних агрохолдингів України, як ПАТ «Миронівський хлібопродукт» (МХП), ПАТ «Авангард», ПАТ «Кернел», ПАТ «Астарта-Київ», ПАТ «Індустральна молочна компанія» (ІМС) та Овостар. За версією журналу «Новое время» ці компанії належать до десятки найуспішніших агропідприємств України [6].

Аналізуючи показники ефективності використання оборотних коштів протягом 2011-2014р.р. (табл.1), ми визначили, що з точки зору дохідності всі агрохолдинги досить ефективно використовують оборотні кошти. Свідченням цього є показник ROCA (26-52% в середньому) та коефіцієнт вивільнення оборотних коштів (4,7-11,7% середньорічного вивільнення).

Однак, якщо врахувати фактор ризику ведення бізнесу, то легко помітити що коефіцієнт забезпечення оборотних коштів у ІМС складає 16% протягом 2013-2014 р.р., що є свідченням різкої втрати платоспроможності. Іншими словами – ІМС пожертвував платоспроможністю для забезпечення відповідного рівня рентабельності. На нашу думку, ЕВОК у ІМС протягом 2014 р. залишилась на тому ж рівні, оскільки різке зростання ROCA до 56% пояснюється зменшенням оборотних коштів майже у двічі.

Таблиця 1 - Розрахунок показників ефективності використання оборотних коштів за 2011-2014 р.р.

Показник	2011						2012						2013						2014					
	МХМ	Кернел	Астарта	Авангард	Овостар	ІМС	МХМ	Кернел	Астарта	Авангард	Овостар	ІМС	МХМ	Кернел	Астарта	Авангард	Овостар	ІМС	МХМ	Кернел	Астарта	Авангард	Овостар	ІМС
1.к оборотності ОК, разів	1,52	2,35	1,03	0,85	1,27	0,83	1,41	1,85	0,86	1,08	2,09	0,92	1,35	2,55	0,96	1,10	1,85	0,91	1,96	2,74	1,58	1,04	2,32	1,87
2.Т обороту ОК, дн.	240	156	355	428	288	437	260	197	423	339	175	395	271	143	380	333	197	400	187	133	230	349	157	196
3.к оборотності ВОК, разів	2,45	4,58	1,79	1,10	1,47	1,04	2,64	3,08	1,42	1,62	2,92	2,33	1,93	7,46	2,27	1,33	2,26	5,59	4,72	8,70	4,95	4,10	3,17	11,4
4.Т обороту ВОК, дн.	149	80	204	332	248	351	138	118	257	225	125	157	189	49	160	274	162	65	77	42	74	89	115	32
5.к оборотності запасів, разів	2,53	7,84	1,03	1,75	3,22	0,63	2,27	3,94	1,00	2,23	3,97	1,16	2,83	8,83	1,01	2,22	4,50	0,84	2,57	6,44	1,54	2,71	6,04	1,57
6.Т обороту запасів, дн.	144	46,6	356	209	113,3	581	160	93	366	164	92	315	129	41	361	164	81	437	142	57	236	135	60	233
7.к оборотності Дз, разів	6,05	4,59	5,95	3,60	5,11	7,71	5,16	4,40	5,13	3,85	5,26	8,33	5,39	6,10	7,60	3,11	6,81	12,15	13,5	7,65	17,8	2,82	6,42	28,6
8.Т обороту Дз, дн.	60	80	61	101	71	47	71	83	71	95	69	44	68	60	48	117	54	30	27	48	21	129	57	13
9.Т обороту Кр З, дн.	22	7	17	25	53	64	25	6	28	22	59	163	31	8	18	23	39	203	17	7	8	9	46	74
10.Δ Т Дз та КрЗ, днів	22	7	17	25	53	64	46	77	43	73	11	-119	-26	-2	-10	-20	-32	-191	10	41	13	120	11	-61
11.Т опер. циклу, дн.	211	126	417	310	184,8	628	240	176	442	258	161	359	209	107	409	282	135	467	169	104	257	264	117	246
12.Т фінансов.циклу, дн.	168	93,4	356	261	132,2	564	192	135	375	210	103	196	150	68	364	223	96	263	153	83	249	255	72	172
13.к забезпечення ОК	0,62	0,51	0,58	0,78	0,86	0,80	0,53	0,60	0,61	0,66	0,72	0,40	0,70	0,34	0,42	0,82	0,82	0,16	0,41	0,32	0,32	0,25	0,73	0,16
14.к забезпечення запасів	1,43	2,26	0,96	2,51	3,68	1,26	1,21	1,64	1,02	2,27	2,29	0,73	1,87	1,39	0,59	2,71	3,29	0,22	0,84	0,90	0,49	0,91	2,91	0,20
15.к забезпечення Дз	2,47	1,00	3,33	3,28	3,47	7,42	1,95	1,43	3,62	2,38	1,80	3,58	2,79	0,82	3,34	2,34	3,02	2,17	2,86	0,88	3,59	0,69	2,03	2,51
16. ROCA, %	50	38	38	38	49	40	47	29	23	46	80	27	35	26	20	47	74	26	76	26	54	31	88	56
17. Рентабельність ВОК, %	80	75	65	49	57	50	88	48	38	69	112	69	50	78	48	58	91	162	183	81	168	122	120	341
18. к вивільнення ОК, %	-18	-51	21	-3	57	109	9	29	18	-24	-49	-20	5	-37	-11	-2	16	2	-30	-6	-42	3	-18	-57

Джерело : розраховано автором на основі [7-10].

Аналізуючи оборотність оборотних коштів слід відмітити Кернел та Овостар з показниками 2,74 та 2,32 відповідно. Також ці агрохолдинги мають найкращі показники тривалості фінансового циклу (83дні у Кернела та 72 дні у Овостара). Однак, такі показники ефективності пояснюються по-різному – у Кернела специфічна ринкова ніша (виробництво олії та трейдинг с/г культур), а у Овостара – відносно невеликі розміри бізнесу, які дозволяють компактно розміщувати виробничі потужності та сприяють оптимізації виробничих процесів.

В рамках авторського підходу ми використали формулу (2) для визначення оптимальних значень кожного з коефіцієнтів оцінки ЕВОК. Таким чином, ми визначили, що оптимальне значення рентабельності оборотних коштів для підприємств АПК в Україні складає більше 39%, коефіцієнту оборотності оборотних коштів – більше 1,32, тривалості оборотності дебіторської заборгованості – менше 53 днів тощо (див. табл.2).

$$\text{Показник}_{\text{оптимальне значення}} = \text{Показник}_{\text{середнє значення}} - \sigma \times k_{\text{варіації}} \quad (2)$$

де, σ – середньоквадратичне відхилення

Аналізуючи ефективність використання оборотних коштів в цілому за допомогою комплексної системи показників та їх оптимальних значень, ми визначили, що Овостар та МХП найефективніше використовують оборотні кошти. За аналізований період рентабельність оборотних коштів зростає у МХП на 26%, а у Овостара на 39%. Крім того, обидва агрохолдинги мають досить високі значення коефіцієнтів забезпечення оборотних коштів – в середньому 53% у МХП та 78% у Овостара. Решта показників також свідчить про високу ЕВОК. Наприклад, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості у МХП в середньому складає 7,5 разів, а у Овостара 5,9 раза при оптимальному значенні 5,78.

Таблиця 2 - Середні та оптимальні показники ЕВОК за 2011-2014 р.р.

Показник	Середнє по кожному агрохолдингу						Середнє значення	Середнє квадрат. Відхилення	Коефіцієнт варіації	Оптимальне значення
	МХМ	Кернел	Астарта	Авангард	Овостар	ІМС				
1. k оборотності ОК, разів	1,56	2,37	1,11	1,02	1,88	1,13	1,51	0,53	0,35	1,32 i >
2. T обороту ОК, дн.	239	157	347	362	204	357	278	89	0,32	249 i <
3. k оборотності ВОК, разів	2,94	5,96	2,61	2,04	2,45	5,09	3,51	1,61	0,46	2,78 i >
4. T обороту ВОК, дн.	138	72,3	174	230	162	151	155	51,383	0,33	138 i >
5. k оборотності запасів, разів	2,55	6,76	1,14	2,23	4,43	1,05	3,03	2,20	0,73	1,42 i >
6. T обороту запасів, дн.	144	59	330	168	87	392	197	134	0,68	105 i <
7. k оборотності Дз, разів	7,53	5,68	9,11	3,35	5,90	14,2	7,63	3,76	0,49	5,78 i >
8. T обороту Дз, дн.	56,4	67,5	50,3	111	62,8	33,5	63,6	25,983	0,41	53 i <
9. T обороту Кр 3, дн.	23,7	6,87	17,5	19,9	49	126	40,5	44,23	1,09	-8
9. Δ T Дз та Кр3, днів	13	31	16	50	11	-77	7	44	6,11	-16 i >
10. T опер. циклу, дн.	207	128	381	279	150	425	262	122	0,47	205 i <
11. T фінансов. циклу, дн.	166	95	336	237	101	299	205	102	0,49	155 i <
12. k забезпечення ОК	0,57	0,44	0,48	0,63	0,78	0,38	0,55	0,14	0,26	0,51 i >
13. k забезпечення запасів	1,33	1,55	0,76	2,10	3,04	0,60	1,56	0,90	0,58	1,04 i >
14. k забезпечення Дз	2,52	1,03	3,47	2,17	2,58	3,92	2,61	1,02	0,39	2,22 i >
15. ROCA, %	52	30	34	41	73	37	44	16	0,36	39 i >
16. Рентабельність ВОК, %	100	70	80	74	95	155	96	31	0,33	86 i >
17. k вивільнення ОК, %	-8	-16	-3	-7	2	9	-4	9	-2,11	2 i <

Джерело : розраховано автором на основі [7 - 10]

Третім агрохолдингом за ефективністю використання оборотних коштів є Астарта. У її активі зростання ROCA на 16%, коефіцієнта оборотності оборотних коштів - від

1,0 до 1,9, а також досить надійне забезпечення дебіторської заборгованості (3,47 при оптимальному значенні 2,22). Водночас у Астарти помітні певні проблеми з оборотністю оборотних коштів та їх складових елементів. Про це свідчать негативні значення коефіцієнтів оборотності оборотних коштів (1,11 при оптимальному значенні 1,32), оборотності ВОК (2,61 при оптимальному значенні 2,78) та оборотності запасів (1,14 при оптимальному значенні 1,42). Однак, на нашу думку, це пояснюється технологічними процесами ведення бізнесу – більше 70% виручки займає вирощування цукрових буряків та продаж цукру.

У Кернела та Авангарду протягом 2011-2014 р.р. спостерігається зменшення ROCA та незначне зростання коефіцієнту оборотності оборотних коштів. Відзначимо, що Кернел має найкращі показники оборотності серед усіх агрохолдингів, але при цьому коефіцієнти забезпечення оборотних коштів та дебіторської заборгованості нижчі за оптимальні значення. Ми вважаємо, що висока оборотність є результатом значної частки трейдингу с/г культур у структурі виручки Кернела (39% у 2014р.), тому показники оборотності ми не можемо враховувати при визначенні ЕВОК. У Авангарда, навпаки, спостерігається відносно низька оборотність та досить висока рентабельність оборотних коштів – 41%. Водночас коефіцієнти забезпечення оборотних коштів та запасів (в середньому 0,66 та 2,1 відповідно) є одними з найкращих серед усіх агрохолдингів. Проте різке падіння усіх показників в 2014р. свідчить про меншу ЕВОК, чим у МХП, Овостара та Астарти.

Явним аутсайдером серед аналізованих агрохолдингів є ІМС. Це підприємство демонструє найнижчі коефіцієнти забезпечення оборотних коштів (в середньому 38%), запасів (60%) й вивільнення оборотних коштів (+2% щорічне збільшення) та одні з найнижчих коефіцієнтів оборотності (1,05 оборотність запасів; 1,13 оборотність оборотних коштів).

Результатом проведеного дослідження є схема управління ЕВОК в рамках коефіцієнтного підходу (рис.1). Відповідно до неї слід розрізнити п'ять послідовних етапів управління ЕВОК. На першому етапі слід розрахувати комплексну систему показників оцінки ЕВОК. На другому - розрахувати їх оптимальні значення (у випадку відсутності інформації про інших гравців на ринку потрібно використовувати оптимальні показники для цієї галузі або ринкової ніші). На третьому - ідентифікувати слабкі позиції в управлінні оборотними коштами на основі проведених розрахунків. На четвертому – розробити управлінські рішення, спрямовані на усунення слабких місць. На п'ятому – повторно розрахувати комплексну систему показників та перевірити, чи були усунені слабкі місця внаслідок прийнятих управлінських рішень.

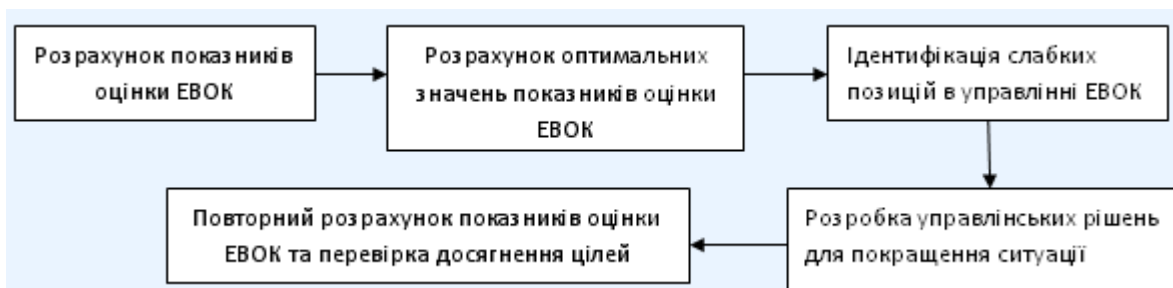


Рисунок 1 - Схема управління ЕВОК в рамках коефіцієнтного підходу

Джерело : розроблено автором

Висновки і перспективи подальших розробок. В роботі застосовано авторський підхід щодо виокремлення комплексної системи показників оцінки ефективності використання оборотних коштів в рамках коефіцієнтного підходу та визначення їх оптимальних значень. Враховуючи численні фактори впливу на бізнес-середовище сучасних підприємств, можна дійти висновку, що ефективність використання оборотних коштів потрібно аналізувати виходячи з трьох основних передумов – прибутковості господарської діяльності, ризику ведення бізнесу та оборотності оборотних коштів.

В контексті управління підприємством результати нашого дослідження сприятимуть підвищенню ефективності ведення бізнесу шляхом контролю та оптимізації вищезазначених показників. Також було встановлено, що серед аналізованих агрохолдингів найефективніше використовують оборотні кошти МХП та Овостар, яким вдалося досягти високого рівня рентабельності та оборотності оборотних коштів при дотриманні високих значень коефіцієнтів забезпечення оборотних коштів, запасів й дебіторської заборгованості. У подальших дослідженнях планується розробка інтегрального показника

для оцінки ефективності використання оборотних коштів на основі комплексної системи існуючих коефіцієнтів.

Перелік посилань :

1. Фридинский В.А. Основні елементи політики управління оборотними активами організації [Електронний ресурс] / В.А. Фридинський. – Режим доступу: http://www.kpi.kharkov.ua/archive /2011/7/7_2011_6.pdf
2. Финансы предприятий. Под ред. проф. Н. В. Колчиной. – 3-е изд. перераб. и доп.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 447 с.
3. Дейнека О. В. Оптимізація структури джерел формування оборотного капіталу підприємства / О. В. Дейнека, К. М. Юрченко // Інноваційна економіка. – 2012. – № 3(29). – С. 257-260.
4. Лепейко Т. І. Сутність оборотних коштів та їх аналіз на підприємстві / Лепейко Т. І., Ромаза Є.Г. // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – 2012. – № 1(13). – С. 215-218.
5. Ящук Д. Л. Дослідження методології управління оборотними активами машинобудівних підприємств в умовах кризи / Д.Л. Ящук / Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – №32. – С. 252-257
6. ПасхOVER А. Урожай побед / А.ПасхOVER // Новое время. - 2014. -№ 23. - С.28-32
7. Офіційний сайт компанії ПАТ «Авангард» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://avangard.com.ua/>
8. Офіційний сайт компанії ПАТ «Миронівський хлібопродукт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mhp.com.ua/en/investor-relations/financial-reports>
9. Офіційний сайт компанії ПАТ «Астарта-Київ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://astartakiev.com/>
10. Офіційний сайт компанії ПАТ «Кернел» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kernel.ua/>

Стаття надійшла: 20.10.2015 р.

Рецензент: д.е.н., проф.. Бабич Д.В.

УДК 675.029 (064)

JEL Classification: M 100

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СКЛАДУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Огієнко С. О., к.е.н., доцент

Івахненко А. І.

Харківський торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

Анотація: Основні питання, що розглядаються в даній статті стосуються оптимізації процесів, направлених на формування системи складського обслуговування на підприємстві. Предметом дослідження виступають теоретичні аспекти щодо оптимізації процесу формування ефективної системи управління складської діяльністю на підприємстві. Метою даної статті є теоретичне обґрунтування пропозицій з формування системи управління складською діяльністю на підприємстві. Дослідження підходів щодо формування системи складського обслуговування на підприємстві, надане вітчизняними і зарубіжними науковцями показало, що на сьогоднішній день мало уваги приділяється розгляду питань, які стосуються саме організації складського обслуговування у вигляді системи, яка складається з взаємопов'язаних елементів. Проведений аналіз дозволив виявити, що до переліку підсистем системи складського обслуговування, які виділяються в науковій літературі, а саме – техніко-економічна, функціональна, підтримуюча, слід додати таку підсистему як інформаційна. Відповідно до даних підсистем було виділено ряд елементів, які повинні входити до їх складу. Так в якості елементів техніко-економічної підсистеми було виділено наступні: складова вантажна одиниця, вид складування, обладнання з обслуговування складу. До елементів функціональної підсистеми віднесено: управління переміщенням вантажу, комплектація замовлень. Інформаційна система повинна включати в себе обробку інформації, автоматизацію складських процесів, інформаційне обслуговування. До елементів підтримуючої підсистеми віднесено систему комплектації і елемент «будівля» (конструктивні особливості будівель і споруд). Також проведений аналіз показав необхідність вибору раціональної системи складського обслуговування. Для цього було оптимізовано процес формування системи управління складською діяльністю і представлено у вигляді алгоритму. Даний алгоритм розбито на ряд етапів. В якості результату отримано оптимізований підхід щодо формування системи складського обслуговування.

Ключові слова: склад, система складування, елементи система складування, складське господарство.

Раскрыты теоретические и методологические подходы к оценке конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешнем рынках. Проанализирована суть понятия конкурентоспособности товаров. Осуществлен анализ современного состояния данного рынка и выявлены основные его тенденции развития. Определены предпосылки формирования потенциала управленческой структуры рынка. Выделена роль государства в оптимизации деятельности торговых предприятий региона на основе повышения конкурентоспособности их товаров.

В значительной степени препятствуют укреплению конкурентоспособности товаров такие факторы, как: низкий уровень развития отечественной финансово-кредитной системы; неразвитость инфраструктуры актуальных проблем конкурентоспособности; недостаточная гармонизация украинских стандартов качества с международными; недостаточность государственного целевого финансирования научно-прикладных разработок.

По результатам исследований определены основные стратегические направления дальнейшего развития подходов по повышению качества и конкурентоспособности товаров отечественных предприятий, среди которых: формирование и эффективное использование ресурсного потенциала отечественных предприятий; развитие предпринимательства, интеграции и кооперации; формирование и эффективное развитие продовольственного рынка. С учетом существующих проблем представляется целесообразным осуществление реализации мероприятий по следующим основным направлениям, гармонизация отечественных стандартов на продукцию в соответствии со стандартами Европейского Союза; налаживание современной инфраструктуры рынка; усиление кооперации хозяйств населения производителей продукции.

Ключевые слова: Предприятие, конкурентоспособность товаров, диагностика, товары, конкурентоспособность.

ACTUAL PROBLEMS OF GOODS QUALITY AND COMPETITIVENESS

Svitlana Ogienko, PhD in Economics, Associate Professor

Viktoriya Kolisnyk

Kharkiv Institute of Trade and Economy

of Kyiv National University of Trade and Economy

Summary. The paper discusses the problem of quality and competitiveness of products. It presents the signs of quality indicators of the goods competitiveness. The situation in the market competitiveness of Ukrainian products is analyzed.

It is given the connection with the Ukraine's free trade zone with the European Union and the transformation of the domestic market to the European market, as it has become more urgent consideration of issues relating to improving the quality and competitiveness of domestic enterprises.

The subject of the article is the quality and competitiveness of products of domestic goods. The purpose of the article is in the problems of quality and competitiveness of products and the development of approaches.

The low level of competitiveness of Ukrainian products in the European market shows: the low efficiency of the industry traders in comparison with other countries; discrepancy between the structure of Ukrainian exports to the European Union, and the market of goods in Ukraine to become more ambitious in regard to the European market.

The theoretical and methodological approaches to the assessment of the competitiveness of products in the domestic and foreign markets helps to analyze the essence of the concept of competitiveness of the goods. The analysis of the current state of the market and identified the main trends of its development. Preconditions capacity building management structure of the market highlight the role of the state in the optimization of commercial enterprises in the region by improving the competitiveness of their products.

To a large extent prevent the strengthening of the competitiveness of products such factors as: underdevelopment of the domestic financial system; underdeveloped infrastructure urgent problems of competitiveness; lack of harmonization of Ukrainian standards of quality with international; lack of state funding mudflow scientific and applied research.

According to the research the key strategic directions are identified for the further development of approaches to improve the quality and competitiveness of domestic enterprises, including the formation and the efficient use of the resource potential of domestic enterprises; enterprise development, integration and cooperation; formation and efficient development of the food market. In view of the problems it seems appropriate implementation of the implementation of measures in the following areas, harmonization of domestic standards on products in accordance with European Union standards; the establishment of a modern market infrastructure; strengthening cooperation households producers.

Keywords: enterprise, competitive products, diagnostics, products competitiveness.

Постановка проблемы. Проблема конкурентоспособности товаров в современных рыночных условиях занимает одно из центральных мест. Особую остроту она приобрела в отношении выпуска изделий сложной степени обработки, став одним из самых серьезных препятствий для расширения их вывоза и преодоления на этой основе сырьевого перекоса в общей структуре экспорта.

Постановления Украинского правительства требуют от предпринимателей уделять первостепенное внимание созданию и быстрому наращиванию выпуска продукции на внешних рынках. Все это способствует возникновению повешению требований к качеству отечественных товаров и созданию их конкурентоспособности.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрением вопросов касающихся качества товаров и создания их конкурентоспособности занимались отечественные и зарубежные ученые. Среди отечественных авторов можно выделить следующих: Зинченко А.Г., Сапрыкина М.А., Мизюк Б.М., Беляевский И.К., Ромат Э.В., Попова Н.В., Андрушко Е. Б., Ершова Н. Ю., Лигоненко Л. А.

Нерешенные составляющие общей проблемы. В последнее время на потребительском рынке страны возросло количество опасных, некачественных товаров и подделок. Основная причина это ослабление государственного контроля в сфере защиты прав потребителей и рыночного надзора, отсутствие межведомственной координации действий, несовершенство потребительского законодательства. В связи с этим возникает необходимость разработки подходов относительно оценки качества товаров отечественных предприятий, разработки мероприятий по разработке их конкурентоспособности и созданию конкурентных преимуществ товаров.

По результатам проведенных контрольных мероприятий 38% проверенных продуктов питания не соответствовали стандартам качества и безопасности, что на 5% больше, чем в предыдущем году. Зафиксированы многочисленные нарушения законодательства субъектами хозяйствования, которые реализуют непродовольственную продукцию высокой степени риска. Если в целом более четверти проверенных непродовольственных товаров не соответствовали установленным нормативам, то среди бытовой техники и детской одежды таких товаров было 96% и 79% соответственно [1].

Государственной инспекцией Украины по вопросам защиты прав потребителей отмечено, что существенно снизился уровень эффективного реагирования на жалобы покупателей. Политика импортозамещения - это та сфера, которая должна быть ключевой идеей в формировании плана действий правительства на несколько ближайших лет. Ее успешная реализация будет способствовать с одной стороны преодолению негативного сальдо платежного баланса, а с другой - увеличению наших экспортных возможностей[2].

Формулирование целей статьи. Целью данной статьи является- исследования проблем качества и конкурентоспособности товаров и разработка подходов по их устранения.

Изложение основного материала исследования. В условиях рыночной экономики, все больше обостряется конкурентная борьба между производителями продукции и услуг. Важная роль отводится такому аспекту, как удовлетворение потребностей покупателя, а потребительские свойства товара в значительной степени определяют его цену. Покупатели становятся более требовательны к качеству продукции. Следовательно, наблюдается тенденция, направленная на достижение высшего уровня качества и создание надежных изделий, что и определяет конкурентоспособность продукции [3].

На практике понимание того, что скрывается за словом «конкурентоспособность», еще не устоялось. В обыденных представлениях под конкурентоспособностью товара, как правило, подразумевается все то, что обеспечивает ему преимущества на рынке, содействует его успешному сбыту в условиях конкуренции. Такое определение не проясняет содержание рассматриваемого понятия, констатируя не более чем и без того ясную зависимость сбыта от конкурентоспособности. За обобщенностью определения теряется сущность конкурентоспособности как характеристики конкретного товара, в связи с которой происходит распределение спроса между ним и другими товарами аналогичного назначения.

В большинстве научных источников информации под конкурентоспособностью понимают комплекс потребительских свойств товара отделяя от его стоимости. Низкая конкурентоспособность товара ведет к снижению цен на товары и, наоборот, повышение конкурентоспособности обуславливает рост цен. Термин «конкурентоспособность» отождествляется с понятием качества товара, которое включает: технический уровень, качество изготовления, экономический эффект от его использования.

Зинченко А. Г. определяет конкурентоспособность как комплексную характеристику товаров, которая обозначает его преимущества на рынке по сравнению с аналогичными товарами-конкурентами по степени удовлетворения потребности и затрат. Конкурентоспособность обуславливается качественными и стоимостными особенностями товара, которые учитывает покупатель с целью удовлетворения соответствующей потребности. [4]

Обеспечение уровня качества соответствующего требованиям, предъявляемым покупателями на рынке, является одним из важных и обязательных условий конкурентоспособности продукции производителя товаров. К предпосылкам, влияющим на повышение интереса к высококачественной продукции можно отнести: повышение требований к безопасности продукции; повышения уровня жизни людей, рост научно-технического прогресса; возможные проблемы с энергоресурсами[5].

В научной литературе значительное внимание уделяется конкурентоспособности и ценовой политике и их взаимосвязи товаров на рынке сбыта. Различие свойств у конкурирующих товаров должно проявляться в различии цен, то есть конкурентоспособности этих товаров по отношению друг к другу. Легко найти потребителя, который, руководствуясь подобной логикой, стал бы делать выбор среди некоторой группы товаров-конкурентов исключительно на основе сопоставления цен. Именно потребитель, сравнивая предлагаемые ему изделия, решает, какое из них наиболее подходит для него, а значит является наиболее конкурентоспособным, с его точки зрения [6].

Сегодня необходимо рассматривать конкуренцию в товарах с точки зрения не производителя, а потребителя. Не все свойства изделий носят полезный для потребителя характер. Изначально потребитель покупает вещь не для того, чтобы ее ремонтировать, заправлять топливом, обеспечивать электроэнергией и нести по ней другие расходы, однако без этих затрат он не может пользоваться изделием, не может привести его в действие и получить желаемый эффект.

Поэтому желание приобрести такой товар, который предполагает для него как можно меньше затрат вполне объяснимо. Потребитель судит по параметрам, указывающим на свойства изделия, с которыми связан размер затрат, необходимых для покупки и использования изделия по назначению. Исходя из этого конкурентоспособность определяется как характеристика товара, в которой отражается его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. В товаре потребительские свойства неотделимы от его стоимостных характеристик, постольку величина конкурентоспособности товара зависит как от размера потребительских свойств товара, так и от его стоимости по содержанию и эксплуатации.

Соотношение показателя цены к полезному эффекту использования товара и аналогичным показателям других товаров дает представление об уровне его конкурентоспособности. Для товара быть конкурентоспособным — значит не просто обладать способностью противостоять конкуренции, а превосходить ее.

Конкурентоспособность продукции это:

- с одной стороны — способность товара удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию данной продукции;

- с другой стороны — совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающих удовлетворение конкретной потребности покупателя [7].

С точки зрения конкретного потребителя очень важное значение в комплексе конкурентоспособности товаров играют сравнительные признаки и параметры качественных показателей. Специфика их группировки представлена на рисунке 1 [8].

Конкурентоспособность определяется качественными и экономическими показателями - особенностями товаров и услуг, которые учитываются потребителями согласно их непосредственной значимости для удовлетворения потребностей. В связи с тем, что все предприятия постоянно пытаются удержаться на высоких позициях рыночной конкуренции, им необходимо разрабатывать мероприятия и проводить в жизнь основные меры рыночных требований:

- учет функциональных особенностей товаров — это универсальность применения, усовершенствованное выполнение основных и вспомогательных функций;

- надежность в потреблении и применении — это долгосрочность, пригодность к ремонту, сохранность, безотказность в использовании;

- эргономические особенности — это гигиенические, антропометрические, физиологические, психофизиологические;
- эстетические особенности — это рациональность формы, целостность композиции, художественное оформление внешнего вида, совершенство производственного исполнения[9].



Рисунок 1 – Признаки качественных показателей конкурентоспособности товаров

Очень много присутствует характеристик несоответствия к которым относят следующие: в первую очередь, потребитель не может получить о большинстве товаров, что лежат на прилавках, достоверную информацию; на значительное количество товаров производитель не дает сопроводительных документов; недостаток информации присутствует не только в небольших магазинах или на базарах, а и в крупных торговых сетях[10]. В настоящее время большинство товаров на украинском рынке не соответствуют требованиям законодательства, а также простым стандартам и техническим требованиям.

Вывод. В результате анализа проблем связанных с качеством и конкуренцией, с точки зрения производителей и потребителей, можно сказать, что влияние научно-технического прогресса на конкурентоспособность товаров находит свое выражение в постоянном совершенствовании применяемых предприятиями технологий, организации производства и управления. Применение более производительного и дешевого в эксплуатации оборудования позволяет компаниям сокращать издержки производства, создавая тем самым возможность снижения продажных цен при неизменной или увеличивающейся прибыли.

Влияние новейших открытий и изобретений на уровень конкурентоспособности подчас настолько велико, что существовавшие системы внешнеторговой защиты национальных товаров были не в состоянии помешать увеличению притока более конкурентоспособных иностранных товаров.

Перечень ссылок:

1. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління: підруч. / Б. М. Мізюк. – Львів: Магнолія, 2012. – 544с.
2. Статистика рынка товаров и услуг. / [Под ред. И.К. Беляевского]. – 2-изд. перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 656 с.

3. Тенденции и перспективы развития маркетинга в современных условиях: монографія /под общей ред. Е.В. Ромата, Н. В. Поповой; [Ромат Е. В., Попова Н. В., Андреева Н.Г.и др.] . – Х.: ХНАДУ, 2013. – 436 с.
4. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність: стан та перспективи розвитку. Аналітичний звіт / А.Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – К.: Фарбований лист, 2011.– 56с.
5. Дюпюи И.А. Конкурентоспособность продукции / И.А. Дюпюи – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/s/Konkurentosposobnost-produkci.html/>
6. Феронова А. В. Методические подходы конкурентоспособности продукции / А.В. Феронова, В.И. Бородаенко // Молодой ученый. — 2011.—№10.Т.1.—С. 170-175.
7. Гурков И.Б. Половина товаров на украинском рынке не соответствует нормам / И.Б. Гурков – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://news.dtki.ua/law/consumer%20protection/22226/>
8. Богатин Э. В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия / Э.В. Богатин. – М.: Изд-во стандартов, 2012. –216с.
9. Официальный сайт Всемирной торговой организации (ВТО) — [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wto.org>.
10. Магомедов Ш.Ш. Конкурентоспособность товаров: теория, оценка/ Ш.Ш. Магомедов, Г.Е. Беспалова //Методы менеджмента качества. - 2011.— № 9. — с. 30 -33.

Стаття надійшла: 22.10.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Бабиш Д.В.

