

## СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ

Оксана ДУДАР

І АÒÎ ÄÈ×Í ² Í ²ÄÕÎ ÄÈ ÄÍ ÄÈ²ÇÓ ÊÎ Í ÊÓÐÁÍ ÒÎ ÑÎÎ ÐÎ Î Í ÄÍ ÎÒ²  
Ñ²ÈÛÑÛÊÎ ÄÎ ÑÎÎ Î ÄÄÑÛÛÊËÕ Í ²ÄÎ ÐÈª Î ÑÒÄ ÒÄ Ò Î ÐÎ ÄÓËË²

*Розглянуто сутність і значення аналізу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та їх продукції для ведення ефективної конкурентної боротьби товаровиробників на внутрішньому і зовнішньому ринках. Обґрунтовано методичні підходи аналізу конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції для їх застосування при виробленні аграрними формуваннями стратегічних цілей і тактичних завдань щодо її підвищення.*

*The nature and significance of competitiveness analysis of agricultural enterprises and their products for effective competition in the domestic and foreign markets are considered. The methodological approaches of competitiveness analysis of agricultural products for their use in the development of strategic objectives by agrarian formations and tactical tasks for competitiveness increasing are grounded.*

В процесі розвитку ринкових відносин успішне функціонування цивілізованого агропродовольчого ринку України безпосередньо залежить від рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, яка створювала б можливості для аграрних формувань отримувати прибутки, достатні для розширеного відтворення виробництва, мотивацію праці, закріплення на світовому ринку.

Використанню науково-обґрунтованих методологічних підходів при здійсненні аналізу проблем формування конкурентоспроможності аграрних підприємств, рівня конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку присвячені наукові праці відомих українських вчених: В.Г. Андрійчука, Н.Є. Голомші, Т.О. Осташко, С.М. Кваші, О.І. Кондратюка, Ф.О. Луки, Н.А. Мазур, М.В. Місюк, П.Т. Саблука та ін. При дослідженні проблем підвищення конкурентоспроможності продукції аграрних формувань ними було взято методологічні підходи, за допомогою яких здійснено глибокий аналіз складових елементів конкурентоспроможності продукції у перехідний період до ринку, дано цінні пропозиції щодо підвищення її конкурентних переваг у післяреформений період. Проте, питання формування системи управління конкурентоспроможністю агропродовольчої продукції після входження України у СОТ і кроки щодо подальшої її інтеграції у світове економічне співтовариство, вимагають застосування більш досконалих методичних підходів, які б дали змогу повніше враховувати виклики глобалізації.

Мета дослідження нашого дослідження – розглянути сутність і значення аналізу конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, обґрунтувати нові методичні підходи аналізу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та їх продукції, які базуються на аналізі сильних і слабких сторін, що позитивно чи негативно можуть впливати на рівень конкурентоспроможності, цінову конкурентоспроможність продукції і загалом на ефективність агробізнесу.

Головною ознакою ринкової економіки в аграрному секторі є конкурентна боротьба товаровиробників за одержання максимальних прибутків, достатніх для відтворення виробництва та підвищення конкурентоспроможності товарної продукції, яку вони виробляють.

Економічна категорія конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції трактується як сукупність властивостей продукції відповідати вимогам ринку у визначений момент часу [8, с.306].

З метою успішної підготовки до ведення ефективної конкурентної боротьби, кожен товаровиробник повинен аналізувати і оцінювати нормоутворювальні чинники конкурентоспроможності, вкладатися в науково-обґрунтовані рівні затрат праці і засобів на виробництво продукції. Він повинен також з великою достовірністю передбачати в якій галузі відтворювального процесу, і кому належать важелі впливу на формування рівня конкурентоспроможності, тобто враховувати усі чинники впливу і ефективно управляти конкурентоспроможністю продукції.

До основних факторів, що характеризують рівень конкурентоспроможності продукції слід віднести: якісні характеристики продукції; собівартість виробленої продукції; ціни реалізації готової продукції.

Якісні показники продукції, як складові її конкурентоспроможності, забезпечують товаровиробнику переваги в конкурентній боротьбі і являються головним критерієм для покупця. Особливо важливого значення це набуває в даний час в зв'язку з розширенням сфери впровадження нових енергозберігаючих технологій виробництва сільськогосподарської продукції та становленням органічного агровиробництва.

Вважаємо, що найбільш відзеркалюючими показниками конкурентоспроможності продукції повинні виступати такі, в основу яких покладено затрати виробництва, міру насичення агропродовольчого ринку певним видом продукції, рівень купівельної спроможності споживачів.

При насиченні ринку тією чи іншою сільськогосподарською продукцією нижня межа її конкурентоспроможності повинна визначатися середньою нормою прибутку по народному господарству, що зумовлено переливанням фінансових ресурсів, додатковими витратами по відтворенню родючості землі, тощо.

Проте, існуюча глибока диференціація сільських товаровиробників за природно-кліматичними умовами і структурою виробництва, органічною побудовою діючого капіталу, швидкістю кругообороту засобів, рівнем інформованості щодо стану агропродовольчого ринку не дають можливості обмежитися оцінкою конкурентоспроможності лише за рівнем рентабельності і нормою прибутку. Тому, додатковими показниками конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції повинні бути маса прибутку: на 1 га посіву, на 1 га сільськогосподарських угідь, на 1 голову худоби. Непоодинокі протиріччя, що виникають між перерахованими показниками і рівнем рентабельності, при їх зіставленні в просторі і часі, вирішуються на користь прибутку на одиницю земельної площі, який враховує специфіку сільського господарства і можливості аграрних підприємств щодо розширеного відтворення виробництва.

З метою об'єктивного і повного відображення можливостей економічної життєздатності сільськогосподарської продукції і суб'єктів ринкової сфери слід використовувати індекси конкурентоспроможності, які обчислюються шляхом ділення фактичного рівня рентабельності виробництва на розрахункові (нормативні) значення цих показників.

Індекси конкурентоспроможності мають необмежені можливості застосування і зіставні по всіх агропродовольчих продуктах, сферах, галузях, територіальних формуваннях і періодах часу, враховуючи різні впливові фактори. Так, зведений індекс економічних факторів конкурентоспроможності визначають за наведеною формулою [2, с.35]:

$$I_e = \frac{\sum_{j=1}^m i_{e_j} W_j}{\sum_{j=1}^m W_j},$$

де  $m$  – кількість економічних факторів, які впливають на конкурентоспроможність продукції (собівартість, ціна, транспортні витрати, податки);

$$i_{e_j} = \frac{F_{\phi_j}}{F_{nl_j}} \text{ – індекс } j\text{-го економічного параметра;}$$

$F_{\phi_j}, F_{nl_j}$  – відповідно фактичні та планові  $j$ -ті економічні фактори;  $W_j$  – вага  $j$ -го економічного фактора; Зведений параметричний індекс визначають:

$$I_{II} = \frac{\sum_{j=1}^n i_{e_{II}} W_j}{\sum_{j=1}^n W_j}.$$

де  $n$  – кількість параметрів;  $i_{II}$  – індивідуальний параметричний індекс;  $W_j$  – вага  $i$ -го параметра.

Інтегральний індекс  $I_{KC} = I_{II} : I_e$  – це узагальнена характеристика конкурентоспроможності продукції.

Якщо  $I_{KC} > 1$ , продукція вважається конкурентоспроможною.

Якщо величина інтегрального індексу становить менше одиниці, то це свідчення відсутності умов виживання в конкурентній боротьбі і необхідності переорієнтації економічної діяльності сільськогосподарського підприємства.

Якщо ж значення індексу інтегрального дорівнює одиниці або співпадає з нею, то це свідчить, що продукція є конкурентоспроможною, але, водночас, вимагає пошуку нових варіантів щодо розвитку виробництва і ринків збуту.

Якщо індекс конкурентоспроможності на п'ять і більше позицій перевищує одиницю, то це свідчить про правильність обраного економічного курсу підприємницької діяльності.

Індекси конкурентоспроможності змінюються під впливом кон'юнктури ринку і ступеня її освоєння, змін в купівельній спроможності населення, тривалості життєвого циклу продуктів, обсягів впровадження нових технологій, тощо.

Враховуючи те, що конкурентоспроможність являється похідною від прибутку і сукупних витрат праці, зниження останніх і збільшення прибутку значно підвищують відсутність економічного виживання підприємницьких структур аграрного ринку.

Методи аналізу і оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції здійснені на основі певних економічних показників слід доповнювати аналізом сильних і слабких сторін, який потребує найбільшої уваги і зусиль з боку підприємства, шляхом застосування SWOT-аналізу (рис. 1).



**Рис. 1. Аналіз конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств і продукції**

Перед початком SWOT-аналізу слід комплексно зосередитись на загрозах і можливостях, що постають перед товаровиробником. Зокрема, для оцінки рівня конкурентоспроможності слід аналізувати основні характеристики сильних і слабких сторін сільськогосподарської продукції. Сильні сторони визначають будь-які переваги зовнішнього і внутрішнього характеру, якими саме володіє підприємство, так і продукцію, яку виробляє підприємство, порівняно з найбільш небезпечними конкурентами. Вони також визначають тип конкурентної переваги, яка кладеться в основу вибору базової стратегії розвитку.

Слабкі сторони визначають будь-які сторони діяльності підприємства і його продукції порівняно з найбільш небезпечними конкурентами, які є найуразливішими місцями підприємства в конкурентній боротьбі.

При прогнозуванні слід розрізняти слабкості, які можна усунути і яким слід приділити належну увагу, і слабкості, які важко усунути, їх треба постійно відстежувати, оскільки вони є постійним джерелом підвищеного ризику.

Як видно з рис. 1, аналіз сильних і слабких сторін сільськогосподарських підприємств та їх продукції доцільно здійснювати за трьома напрямками: аналіз конкурентоспроможності продукції, аналіз діяльності конкурентів та аналіз зовнішніх конкурентних сил, які негативно чи позитивно можуть вплинути на бізнес підприємства.

Аналіз факторів, що впливають на формування конкурентоспроможності продукції, а через неї і на господарсько-фінансову діяльність в різних типах сільськогосподарських формувань (господарські товариства, кооперативи, приватні підприємства, фермерські господарства, селянські господарства) свідчить про те, що вона забезпечується, насамперед, розвитком видів діяльності в них за схемою: виробництво – переробка – зберігання – торгівля і підвищенням рівня самостійності в цих питаннях внутрігосподарських структурних підрозділів.

Науково-обґрунтовані методи оцінки і аналізу конкурентоспроможності товарної продукції дають можливість кожному товаровиробнику визначитися в напрямку економічного розвитку, стратегію і тактику досягнення найвищого ефекту в підприємницькій діяльності. Одночасно запропоновані індекси конкурентоспроможності змушуватимуть органи законодавчої і виконавчої влади вносити необхідні корективи в інвестиції, податкову, кредитну та експортно-імпортну політику.

Важливе місце у досягненні конкурентних переваг сільськогосподарськими товаровиробниками, належить оцінці й аналізу цінової конкурентоспроможності окремих видів агропродовольчої продукції, визначенні ціни пропозицій на продукцію вищої якості та на продукцію, що реалізується у вигідні для споживача строки; регулюванню рівня сезонних цін і цін, що стимулюють попит споживачів та поліпшують збутову діяльність підприємства тощо.

Визначення, оцінка й аналіз цінової конкурентоспроможності продукції має велике значення для будь-якого підприємства, і зумовлено тим, що за ринкової економіки суб'єкти підприємницької діяльності наділені правом самостійного визначення ціни на власну продукцію, а також правом її визначення на засадах домовленості зі споживачами при укладанні між ними угод купівлі-продажу. Наявність цього права зумовлює виникнення цінової конкуренції між виробниками.

Кожен з них намагається продати свій товар, зберегти, а за можливості і розширити свою нішу в ринку і тим самим зміцнити в ньому своє становище. Досягають цього насамперед підприємства, які виробляють продукцію з високою ціновою конкурентоспроможністю, під якою розуміють ступінь можливого зниження товаровиробником ціни на свій товар порівняно з ринковою ціною, за якою забезпечуються беззбитковість його виробництва.

Академік Андрійчук В.Г. пропонує цінову конкурентоспроможність визначати за формулою [1, с.153]:

$$ЦК = (Ц - ПС) : Ц ,$$

де  $Ц$  – ціна продажу 1 ц продукції;  $ПС$  – повна собівартість 1 ц продукції (виробнича собівартість плюс витрати на реалізацію продукції). Неважко зрозуміти, що наведена формула є частковою модифікацією формули рентабельності продажу.

Вищу цінову конкурентоспроможність продукції матимуть ті аграрні підприємства, які економічно спроможні продавати вироблену продукцію за цінами, нижчими від мінімальної ціни конкурентів, і одержувати при цьому прибуток. Мінімальна ціна – це індивідуальна ціна, що формується на кожному підприємстві, за якої воно отримує нульовий прибуток. Отже, мінімальна ціна визначається витратами на виробництво одиниці товару, понесеними тим чи іншим товаровиробником.

Якщо фактична ціна реалізації буде нижчою за мінімальну ціну, підприємство зазнаватиме збиток, а якщо вищою – одержуватиме прибуток. Отже, чим нижча собівартість виробництва продукції, тим меншою буде її мінімальна ціна порівняно з мінімальною ціною підприємств, собівартість продукції яких є вищою, і навпаки.

Отже, правильно налагоджена оцінка і аналіз показників конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та їх продукції створюють цілісну систему, яка дає можливість управляти конкурентоспроможністю продукції і забезпечувати стабільність розвитку аграрних підприємств серед суб'єктів агропродовольчого ринку.

**Література**

1. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: Монографія. – К.: КНЕУ, 2005. – 292 с.
2. Єріна А. М., Захожай В. Б., Єрін Д. Л. Методологія наукових досліджень: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 212 с.
3. Концепція державної політики у сфері управління якістю продукції // Розпорядження кабінету Міністрів України № 2000-р від 31.03.2004 р.
4. Кваша С. М., Голомша Н. Є. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку // Економіка АПК. – 2006. – № 5. – С. 99–104.
5. Кондратюк О.І. Підвищення конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської продукції // Економіка АПК. – 2005. – № 10. – С. 109–112.
6. Киндзерский Ю., Паламарчук Г. Проблемы национальной конкурентоспособности и приоритеты национальной политики в Украине // Экономика Украины. – 2006. – № 8. – С. 19–24.
7. Мазур Н. А., Місюк М. В. Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрями її підвищення // Економіка АПК. – 2007. – № 2. – С. 123–127.
8. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції (практичний посібник) / За ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – 556 с.