

### Секція 3. Удосконалення методики та організації обліково-аналітичної роботи

**Ющенко Н.Л.**, канд. екон. наук, доцент,  
**Дем'яновський М.П.**, студент обліково-економічного факультету  
*Чернігівський національний технологічний університет*  
*(м. Чернігів, Україна)*

#### **ДО ПИТАННЯ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ РОЗШИРЕННЯ ТА СПРОЩЕННЯ ДОСТУПУ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРІВ НА РИНКИ ДЕРЖАВ – ЧЛЕНІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Реформа у сфері забезпечення безпечності та якості харчових продуктів за вектором відповідальності серед 62 реформ та програм розвитку держави Стратегією сталого розвитку „Україна – 2020” [1] визначена за пріоритетністю реалізації як першочергова. Ще до набрання чинності Угодою про асоціацію Європейський Союз запровадив для України режим автономних торговельних преференцій терміном дії до 1 січня 2016 року – одностороннє (з боку ЄС) скасування ввізних мит, яке стосується 94,7% від усього обсягу промислових товарів та 83,4% сільськогосподарських товарів і харчової продукції, що імпортується Євросоюзом з нашої держави [2]. Створення поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС, що передбачає лібералізацію торгівлі (усунення тарифів чи квот) між сторонами, лібералізацію руху капіталів і платежів та до певної міри – руху робочої сили, гармонізацію законодавства і нормативно-регуляторної бази, приведення Україною своїх технічних регламентів, процедур, санітарних та фітосанітарних заходів і заходів щодо безпеки харчових продуктів у відповідність з європейськими, завдяки чому українські промислові товари, сільськогосподарська та харчова продукція не потребуватимуть додаткової сертифікації в ЄС, та ін., сприятиме тісній економічній інтеграції, покращенню інвестиційного клімату та прозорості правил ведення бізнесу в Україні, збільшенню вибору, підвищенню безпечності та якості товарів, зниженню цін для українських споживачів, можливості доступу українських підприємств, крім ринку ЄС, до ринків третіх країн у зв'язку з переходом на прийняті у всьому цивілізованому світі стандарти.

За таких умов особливої актуальності набуває визначення рівня конкурентоспроможності (табл.) вітчизняних підприємств по відношенню до інших компаній на ринку, що дозволяє обґрунтовано обирати стратегічні напрями їх діяльності та шляхи досягнення конкурентних переваг.

Таблиця

*Загальні методичні підходи до аналізу конкурентоспроможності підприємств*

<b>Найменування</b>	<b>Зміст</b>	<b>Деталізація найбільш поширених методів</b>	<b>Недоліки методу</b>
Структурний	Передбачає оцінку здатності підприємства до конкуренції у навколишньому економічному середовищі за рівнем монополізації галузі, тобто за концентрацією виробництва і капіталу, а також наявністю бар'єрів для компаній, що виходять на галузевий ринок	–	–
Функціональний	Більш конкурентоспроможними вважаються ті підприємства, де найкраще організовані виробництво та збут товарів, ефективне управління фінансами	Метод аналізу ієрархій, розроблений американським математиком Т. Сааті [3], – оцінювання компанії здійснюється шляхом порівняння кожної з пояснюючих змінних із найбільш конкурентоспроможним аналогом першого рівня з групи досліджуваних підприємств; для визначення вагомості факторів використовують бальну оцінку	Підхід позбавляє модель гнучкості та вносить у рішення значну частку суб'єктивізму, пов'язану із вибором найбільш конкурентоспроможного аналогу та проставлянням бальних оцінок
		У праці [4] наведено приклад одиничних і групових показників конкурентоспроможності та методику розрахунку узагальненої оцінки	Підхід містить ще більше суб'єктивізму, розпочинаючи зі штучного встановлення коефіцієнтів вагомості показників, їхніх груп та самого порядку розрахунку інтегрованої оцінки конкурентоспроможності підприємства
		Розроблена українським ученим-дослідником А. Матвійчуком [5], [6], [7, с. 232-242] багаторівнева	–

Найменування	Зміст	Деталізація найбільш поширених методів	Недоліки методу
		система визначення рівня конкурентоспроможності та аналізу фінансового, виробничого станів та рівня менеджменту підприємства із використанням методів теорії нечіткої логіки, які дозволяють враховувати характеристики не тільки статистичної, але й лінгвістичної природи (що особливо важливо в оцінюванні іміджу компанії, ділових та управлінських якостей її керівництва), та нейронних мереж	

В Україні макаронні вироби споживає більше 95% населення. У щоденному раціоні даний продукт присутній у 34,5% українців у віці від 16 до 65 років, від двох до шести разів на тиждень його споживають 31,7% населення, взагалі їх не споживає 4,7% населення [8], [9].

Більшість макаронних виробів на українському ринку представлено продукцією вітчизняного походження (85%). У географічній структурі імпорту лідирують Росія та Італія – сумарно їх частка в загальному обсязі поставок макаронних виробів із зарубіжних країн становить майже 70%. Також на українському ринку представлена продукція з Туреччини, Польщі, Білорусі та інших країн.

Наряду з компанією „Маревен Фуд Україна” (ТМ „Роллтон”), ТОВ „Макаронна фабрика „МилаМ” (ТМ „МилаМ”), холдингом „Урожай” (групи Lauffer), компанією „Чумак” (ТМ „Чумак”), ТОВ фірма „Зодіак” у 2011 році в Україні більше половини загального виробництва макаронних виробів припадало на п’ять найбільших підприємств: ПАТ „Київська макаронна фабрика” (ТМ „КМФ”) – 14% ринку, ПрАТ „Хмельницька макаронна фабрика” і ПАТ „Чернігівська макаронна фабрика” (ТМ „Тая”) – 10% і 11%, відповідно, (управляюча компанія обох фабрик – ТзОВ „Українські макарони”), ПАТ „Сімферопольська макаронна фабрика” (ТМ „Макарові справи”) – 10% ринку і ПрАТ „Донецька макаронна фабрика” (ТМ „Козачок») – 9% ринку [10]. Але за останні роки ПАТ „Сімферопольська макаронна фабрика” і ПрАТ „Донецька макаронна фабрика” припинили конкурувати на українському ринку макаронних виробів, у зв’язку з чим відбувся перерозподіл ринку (рис.). На користь українських виробників грає той факт, що в Україні скоротився попит на російську продукцію.

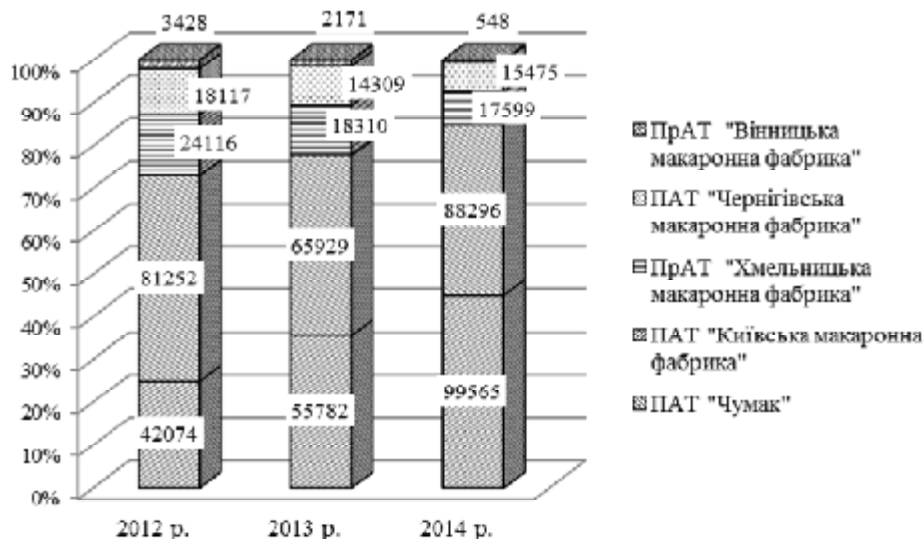


Рис. Динаміка обсягів виробництва найбільших українських макаронних компаній, тис. грн.

Джерело: побудовано авторами за даними [11]

Розроблена доктором економічних наук, професором Матвійчуком А.В. багаторівнева нейронечітка модель забезпечує можливість прийняття рішень відповідно до умов функціонування ринку та особливостей досліджуваної компанії. У напрямі адаптації її для підприємств харчової промисловості, що продукують борошномельно-круп’яні вироби, запропоновані автором комплексні показники фінансового стану підприємства  $X_2$ , ефективності збуту і просування товарів  $X_3$ , ефективності виробництва  $X_4$ , конкурентного потенціалу підприємства  $X_5$ , соціальної ефективності  $X_7$  та іміджу підприємства  $X_8$  у повній мірі враховують специфіку ринку. А групи показників оцінки рівня конкурентоспроможності продукції  $X_1$  та екологічності виробництва  $X_6$  потребують коригування.

Так, серед  $X_1$  ряд показників мають часткове відношення до відповідних груп продукції. Наприклад, не всі показники надійності  $X_{11}$ , зокрема, безвідмовність, ремонтпридатність, довговічність виробу [12], властиві продуктам харчування, у той час як збережуваність – важлива характеристика. Показники довговічності  $X_{12}$  та ергономічності  $X_{13}$  (відображають зручність і безпеку експлуатації виробів) також не відносяться до характеристик харчових продуктів [13, с. 98]. На нашу думку, вони мають бути заміщені фізико-хімічними показниками, мікробіологічними [14], естетичними показниками та доповнені показниками взаємозамінності. Показник відповідності вимогам норм і стандартів на певному ринку  $X_{14}$  у даній групі потрібно залишити. Показник ціни споживання  $X_{15}$  коректно замінити показником сортності, що може бути визначений з урахуванням цін на продукцію в залежності від обсягів її продажу.

Групу  $X_6$  важливу, зокрема, для реалізації програми Європейського Союзу „Європейська стратегія здоров'я – 2020” [15], вважаємо за потрібне доповнити показниками наявності шкідливих домішок ( $X_{64}$ ), які при постійному споживанні викликають низку хронічних захворювань.

Багаторівнева система аналізу конкурентоспроможності підприємства на базі синтезу методів нечіткої логіки та нейронних мереж надає можливість підвищувати якість інформаційного забезпечення системи управління, забезпечуватиме прийняття рішень на користь найвигідніших для функціонування суб'єктів господарювання з позицій безпеки, безперервності, якості та доступності, привабливих за екологічними наслідками. Підвищення рівня конкурентоспроможності сприятиме залученню коштів на розробку нових технологій, інтенсифікації інноваційної діяльності підприємства тощо, а активізація інноваційної діяльності є важливою передумовою ефективного розвитку підприємства, оскільки визначає технологічний та виробничий відрив від конкурентів. Упровадження нових наукових досягнень та передових технологій надає можливість збільшити обсяги виробництва продукції, покращити її якість, зменшити собівартість. Усе це разом з маркетинговими та управлінськими характеристиками підприємства визначає його конкурентоспроможність.

#### Список використаних джерел

1. *Стратегія* сталого розвитку „Україна – 2020” : Указ Президента України №5/2015 від 12.01.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
2. *Угода* про асоціацію між Україною та ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/european-integration/ua-eu-association>
3. *Saaty T. L. Multicriteria Decision Making : The Analytical Hierarchy Process.* – N.Y. : McGraw-Hill, 1990. – 287 p.
4. *Оберемчук В. Ф.* Стратегія підприємства / Оберемчук В. Ф. – К. : МАУП, 2000. – 128 с.
5. *Матвійчук А. В.* Багаторівнева система оцінки конкурентоспроможності підприємств / Матвійчук А. В. // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Економічна серія. – 2004. – Вип. 82. – С. 117-125.
6. *Матвійчук В. А.* Аналіз конкурентоспроможності підприємств із використанням нечітких описів / Матвійчук В. А., Матвійчук А. В., Пентюк І. К. // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону : фінансова політика та інвестиції. – Луцьк, 2004. – Вип. X. – № 1-2. – С. 275-282.
7. *Матвійчук А. В.* Штучний інтелект в економіці : нейронні мережі, нечітка логіка : монографія / А. В. Матвійчук. – К. : КНЕУ, 2011. – 439 с.
8. *Чухлеб И.* Обзор украинского рынка макарон / Чухлеб И. // Эксперт-Украина. – 2013. – № 6 (379). – С. 34-38.
9. *Украина* : рынок макарон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrprod.dp.ua/2013/03/08/ukraina-rynok-makaron-2011-2012-gody.html>
10. *Стратегічний аналіз та перспективи розвитку галузі макаронного виробництва* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.slideshare.net/alinalevo/ss-36284524>
11. *Інформаційна система SMIDA* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.smida.gov.ua>
12. *Якість продукції* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
13. *Комплексная система управления качеством продукции* : сборник нормативно-методических материалов . – М. : Изд-во стандартов, 1979. – 119 с.
14. *Інституту продовольчих ресурсів НААН.* Визначення показників якості харчової продукції та сільськогосподарської сировини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://iprkyiv.com/?p=1749>
15. *Про затвердження* Загальнодержавної програми „Здоров'я – 2020 : український вимір” : Проект Закону України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.moz.gov.ua/ua/portal/Pro\\_20120316\\_1.html](http://www.moz.gov.ua/ua/portal/Pro_20120316_1.html)