

УДК 658.81:637.5

**Ефименко А.Г., Пантелеева И.И.**

*Могилевский государственный университет продовольствия*

**ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОЦЕНКИ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ**

**Efimenko A.G., Panteleeva I.I.**

**THE PRIME PRINCIPLES OF ASSESSMENT OF GOODS  
COMPETITIVENESS**

Основными принципами оценки конкурентоспособности продукции перерабатывающих организаций АПК являются:

интегральности, обеспечивающий углубление и конкретизацию связей между факторами конкурентоспособности; учета специфики производства в перерабатывающих отраслях АПК, согласно которому система оценки должна включать показатели, отражающие специфические отраслевые особенности производства и учитывающие их влияние на конкурентоспособность продукции;

системности и комплексности, предполагающий, как правило, оценку взаимодействия комплекса внутренних и внешних факторов конкурентоспособности продукции;

иерархичности показателей, включаемых в систему, которые должны быть ранжированы от общего к частному (сводные обобщающие показатели отражают интегральную характеристику основных направлений повышения конкурентоспособности продукции, частные показатели - дополняют общую картину за счет учета влияния на исследуемый процесс специфических особенностей);

учета особенностей различных сегментов рынка, основанный на максимально точном определении запросов потребителей данного региона (сегмента рынка) и наиболее полном их удовлетворении;

квазистабильности рыночной конъюнктуры, учитывающий, что в каждый конкретный момент времени структура платежеспособного спроса вполне определена, и позволяет осуществлять сегментацию потребителей по значимости (важности) отдельных показателей качества продукции;

информационной обеспеченности - система должна содержать показатели, расчет которых может быть обеспечен статистической отчетностью информацией, обладающей полнотой, достоверностью и своевременностью поступления и непрерывности - учитывает возможную корректировку показателей системы либо включение в нее дополнительных показателей по мере поступления новых данных об объекте исследования или об окружающей его конкурентной среде.

Для исследования конкурентоспособности продукции мясоперерабатывающих организаций АПК необходимо определить возможные направления ее повышения, осуществить выбор наиболее приоритетных из них, разработать мероприятия по обеспечению роста. При этом необходимо также

определить перспективную конкурентоспособность продукции. В этой связи проведение правильной ценовой политики приобретает важное значение.

В мясной отрасли, где в себестоимости продукции более 80% занимают сырье и основные материалы, цена в наибольшей степени полностью определяется именно этим фактором. Важным показателем для организаций мясной отрасли в части снижения уровня цен является максимальное использование сырья и снижение издержек производства. В связи с этим, мясокомбинат в своей ценовой политике выбирает стратегию широкого проникновения на рынок - относительно невысокая цена на продукцию и увеличение затрат на маркетинг. Такая политика используется при большой емкости рынка, слабой информационно-рекламной «раскрутке» продукции и сильной конкуренции.

На современном этапе с целью снижения себестоимости мясной продукции следует проводить энергосберегающие мероприятия: заменить водяные насосы станции обезжелезивания и котельной мясокомбината на энергосберегающие насосы с частотным электроприводом; осуществить реконструкцию холодильного цеха с усилением изоляции стен и кровли; провести заменой старых компрессоров, используемых для производства сжатого воздуха, на более экономичные, и установить их непосредственно в местах потребления сжатого воздуха, а также провести реконструкцию котельной с установкой двух котлов импортного производства.

С целью экономии сырья и материалов в организациях мясоперерабатывающей отрасли АПК следует усовершенствовать технологическое нормирование сырья и материалов. В частности, можно внедрять прогрессивные технологические процессы и оборудование, использовать белковое и жировое сырье растительного и животного происхождения, использовать пищевые добавки, увеличивающие выход продукции с 1 тонны мясного сырья.

Еще одним фактором, влияющим на себестоимость продукции, является износ оборудования. Несмотря на техническое перевооружение производства, проведенное в последние годы, значительная часть оборудования участка сырокопченых колбас и участка выработки копченостей эксплуатируется свыше 10 лет.

Следовательно, в организации назрела необходимость проведения реконструкции. Использование нового оборудования позволит сократить расходы на его обслуживание и снизит себестоимость мясной продукции.

Данный методический подход позволяет теоретически обосновать рекомендации по укреплению конкурентных позиций, правильно расставить акценты и осуществить эффективный выбор приоритетных направлений повышения конкурентоспособности продукции мясоперерабатывающих организаций АПК, что дает возможность сконцентрировать ресурсы на обеспечении наиболее важных конкурентных преимуществ.

Проведенные исследования показали, что на современном этапе основными направлениями повышения конкурентоспособности продукции

мясоперерабатывающих организаций АПК является: создание конкурентной среды в отраслях; разработка мясоперерабатывающими организациями АПК конкурентных стратегий и периодическое их обновление в условиях инновационного развития; формирование спроса на определенную мясную продукцию и потребностей населения, которые данные организации могут удовлетворить.

**Захаревич О.І.**

*Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя*

**ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ РЕАЛЬНИХ ОПЦІОНІВ ПРИ  
ОЦІНЦІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ**

**Zakharevich O.**

**METHODS OF ASSESSMENT OF  
REAL OPTION FOR INVESTMENT PROJECT**

Для стратегічних інвестиційних проектів притаманний високий рівень ризику, складність, а інколи й неможливість прогнозування майбутніх надходжень. В ході реалізації проектів виникає необхідність постійно вносити корегування відповідно до нових непередбачуваних умов, прогнозування яких вимагає великої кількості сценаріїв.

Одним із нових методів оцінки ефективності інвестиційного проекту є опціонні методи. Використання їх дає можливість на деякому етапі реалізації вносити зміни, які впливають на подальші грошові потоки, ризик та тривалість життєвого циклу. На практиці опціонні методи однією з перших застосовувала компанія Merck, згодом почали використовувати для своїх інвестиційних проектів корпорації Intel та Bonduelle.

Реальний опціон – це наявність у керівника можливості вибору, яка дає змогу у майбутньому приймати рішення, що впливають на очікувані грошові потоки, тривалість життєвого циклу та майбутню ефективність проекту. З метою забезпечення достовірної оцінки, визначають: які види опціонів (розширення, відмови, відтермінування і т.д.) вбудовані у проект; термін, протягом якого можна реалізувати опціон; моніторинг вартості проекту при надходженні нової інформації.

При визначенні вартості реальних опціонів користуються моделлю оцінки вартості опціону Блека-Шоулза та біноміальною моделлю. Модель Блека-Шоулза розроблена для оцінки фінансових опціонів і припускає, що оцінюваний актив є ліквідний, немає різких коливань у його ціні та він не може бути реалізований до терміну його використання. Тобто, дана модель підходить для оцінки простих опціонів з визначеною датою реалізації та одним джерелом невизначеності. Біноміальна модель отримує більш точні результати, хоч вимагає більше розрахунків. Гіпотези моделі: прийняття одного рішення може мати два результати – кращий і гірший; інвестори нейтрально ставляться до