

## МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗЕРНА

*Резюме.* В статті досліджено актуальні питання конкурентоспроможності продукції. Проаналізовано основні методи її оцінки. Обумовлено специфіку використання цих методів при аналізі конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Визначено актуальні проблеми даного процесу, і розроблено ряд рекомендацій по їх уникненню.

*The summary.* In article the urgent questions of production competitiveness are investigated. The basic methods of its estimation are analysed. The specificity of use of these methods at the analysis of competitiveness of agricultural production is caused. The urgent problems of this process are determined, and some recommendations on their avoidance is developed.

*Ключові слова.* Конкуренція, конкурентоспроможність, ціна, якість, ринок.

**Актуальність проблеми.** Проблеми поглиблення світових інтеграційних процесів останнім часом особливо гостро торкаються України. Входячи у світове співтовариство ми все більше відчуваємо його вплив на внутрішні процеси в різних галузях, в тому числі – в фінансовій сфері та економіці. Вступ до СОТ поставив українські підприємства у рівні умови із зарубіжними виробниками, що визначається свободою підприємницької діяльності, вільним ціноутворенням та обмеженою підтримкою з боку держави. В цьому аспекті на перше місце виходить проблема конкурентоспроможності української продукції, і розглядається вона не лише по відношенню до експортного її потенціалу, але й стосовно внутрішніх ринків.

Теорія та методологія дослідження конкурентоспроможності в Україні перебуває в стадії становлення, що визначається історичними умовами розвитку вітчизняної економічної науки. Поряд з цим актуальність даного поняття обумовлює досить широке висвітлення його у фаховій літературі. Проте, не зважаючи на це, сама концепція визначення та дослідження конкурентоспроможності вітчизняної продукції потребує додаткового вивчення та узагальнення.

**Аналіз останніх досліджень.** Глибокі дослідження питань конкурентоспроможності подаються у працях таких відомих вчених-економістів як О.Амосов та Р.Фатхутдінов. Вони розглядають досліджуване питання з точки зору стратегічних і управлінських аспектів конкурентоспроможності продукції. Цікавими також є праці О.Швиданенко, Б.Губського, А.Кредісова та М.Гельвановського які вносять свій внесок у вивчення даної проблеми. Серед економістів-аграрників найбільш повно проблема конкурентоспроможності досліджується в працях С.Кваші та В. Месель-Веселяка.

Проте, не зважаючи на останні дослідження, не до кінця розкритими залишаються питання визначення самого терміну “конкурентоспроможність”, оскільки в літературі до цього часу відсутнє єдине визначення, яке би було повним, вичерпним і задовольняло вимогам часу. Не достатньо розкритою залишається проблема визначення рівня конкурентоспроможності продукції. Окрім цього, ґрунтового дослідження потребує розкриття даної проблематики по відношенню до сільськогосподарської продукції.

Тому, **метою статті** є дослідження семантики терміну конкурентоспроможність, розробка та узагальнення критеріїв і методики визначення її рівня для сільськогосподарської продукції і розробка окремих рекомендацій щодо покращення рівня конкурентоспроможності продукції для українських виробників.

**Викладення основного матеріалу.** Прагматичний аспект будь-якого терміну в процесі його опрацювання визначається перш за все тим, наскільки його визначення може бути використане в процесі подальшого дослідження, наскільки повно і чітко воно може бути застосовано в якості основи при розробці методів і засобів вирішення теоретичних і практичних завдань пов'язаних із ним. Стосовно терміну “конкурентоспроможність” існує необхідність впорядкування знань і вихідних положень, для можливості подальшого його використання.

По відношенню до економічних категорій при формуванні розгорнутого визначення доцільно спиратися на економічну термінологію, яка вже включена в систему економічних знань. Так, у нашому випадку слід посилатися на термін “конкуренція”. Цікавим, зокрема, є таке визначення: “конкуренція (лат. *concurrere* - зіштовхуюсь) – економічне суперництво і

боротьба між приватними і колективними товаровиробниками і продавцями товарів і послуг за найвигідніші умови їх виробництва і збуту, за привласнення найбільших прибутків, в процесі якого стихійно регулюються пропорції суспільного виробництва” [2, с. 818]; або “конкуренція – це стан взаємовідносин, при якому здійснюється вільне, повне і достовірне співставлення всіх господарюючих суб’єктів в плані як пропозиції, так і попиту на товари і послуги, засоби виробництва і капітали” [1, с. 439]. Не випадково тут використано визначення із західного та українського джерел, суть обох в тому, що конкуренція по своїй суті – це суперництво господарюючих суб’єктів за кращі умови існування. Отже, визначення терміну “конкуренція” є відносно сталим. Що ж стосовно конкурентоспроможності, то для даного терміну характерними є деякі розбіжності при визначенні його суті, що свідчить про складність досліджуваного поняття. Ці розбіжності викликані умовною ієрархією конкурентоспроможності, яка виділяє чотири рівні її дослідження – конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі, країни. При цьому використовуються різні системи показників і, відповідно, досліджуються різні об’єкти чи суб’єкти ринку.

В нашому конкретному випадку актуальним є виділення конкурентоспроможності продукції, як головної складової конкурентного середовища. Більшість наявних в економічній літературі визначень даного поняття ґрунтуються на двох методичних підходах. Перший визначає конкурентоспроможність продукції, як систему взаємопов’язаних його характеристик, що відповідають вимогам ринку і конкурентного середовища. Другий характеризує це поняття як її здатність бути більш привабливою для споживача (покупця) у порівнянні з іншими виробами аналогічного виду і призначення. [6, с. 106]. Часто поняття конкурентоспроможності ототожнюють із терміном якість, а в більшості джерел, в яких досліджується семантика даного терміну, – із співвідношенням ціна/якість.

Насправді ж досліджуване поняття є значно ширшим ніж просто якість продукції, оскільки дуже часто не якість, а інші характеристики відіграють вирішальну роль при виборі котрогось із конкуруючих товарів споживачем. Тому, в даному аспекті доцільно говорити про конкурентоспроможність товару, як “сукупність характеристик” за умови, що вартість товару теж входить до цієї сукупності. Визначення, що базується на підході з позиції “здатності товару бути більш привабливим” не може претендувати на роль вихідного, оскільки, ця “здатність” впливає із вищезгаданих характеристик. Хоча, при логічному поділі терміну конкурентоспроможності на частини “конкурент” і “спроможність”, саме друга його складова є визначальною. Проте, в такому випадку, доцільно говорити про конкурентоспроможність підприємства, галузі чи країни.

Отже, конкурентоспроможність продукції – це сукупність взаємопов’язаних характеристик продукції, які визначають її відповідність вимогам ринку.

Визначення конкурентоспроможності товару як сукупності певних характеристик, вимагає математичного обґрунтування їх критерію оцінки. Керуючись уже згаданим співвідношенням ціна/якість, припустимо, що конкурентоспроможність товару це:

$$K = \frac{Я}{Ц_{спож}}, \quad (1)$$

де  $K$  – конкурентоспроможність товару,  $Я$  – якість товару,  $Ц_{спож}$  - ціна споживання.

Проте, якщо виходити з позиції споживача, а в багатьох випадках це може бути не кінцевий споживач, то якість продукції не завжди точно відображає очікуваний ефект, доцільніше було б використати поняття корисного ефекту. В такому випадку, формула (1) набуде вигляду:

$$K = \frac{E_{кор}}{Ц_{спож}} \quad (2)$$

Формула (2), дійсно повніше відображає поняття конкурентоспроможності, проте, у деяких випадках, якщо весь корисний ефект від споживання продукції буде зведено до отримання прибутку ( $E_{кор} = \Pi_{спож}$ ), вона може бути спрощена до поняття ефективності:

$$K = \frac{\Pi_{\text{спож.}}}{Ц_{\text{спож.}}}, \quad (3)$$

де  $\Pi_{\text{спож.}}$  - прибуток від споживання.

Проте, враховуючи те, що конкурентоспроможність ми визначили як сукупність характеристик, а не їх відношення, і поставили умову, що ціна споживання теж належить до цієї сукупності, внесемо деякі корективи у формулу (2):

$$K = E_{\text{кор}} \times \frac{1}{Ц_{\text{спож.}}} \quad (4)$$

За таких умов важливо зберегти обернену пропорцію корисного ефекту і ціни споживання, оскільки підвищення рівня конкурентоспроможності спостерігається лише за умови збільшення цієї пропорції, тобто у випадку зменшення ціни і (або) підвищення корисного ефекту. Оптимальні умови конкурентоспроможності товару можна подати як вираз:

$$K = E_{\text{кор}} \times \frac{1}{Ц_{\text{спож.}}} \rightarrow \max \quad (5)$$

Оцінка рівня конкурентоспроможності є досить складним і трудомістким процесом, виконання якого вимагає опрацювання великих масивів інформації, проходження багатьох етапів визначення критеріїв, параметрів, проміжних показників, проведення попередніх досліджень тощо. Вибір бази та критеріїв порівняння ускладнюється в деяких випадках відсутністю єдиної системи показників, які б характеризували значення використовуваних характеристик і величин. Загалом для оцінки конкурентоспроможності продукції використовують наступний алгоритм (рис.1).

Зважаючи на згадані вище проблеми, в економічній літературі не існує якогось одного універсального методу обчислення рівня конкурентоспроможності продукції. Основною причиною цього є те, що неможливо об'єктивно і абсолютно точно вирахувати одну із складових конкурентоспроможності продукції – корисний ефект. Саме тому формула (4) не може бути використаною для обчислення рівня конкурентоспроможності продукції, а лише для математичного вираження її основних складових.

Для таких цілей в економічній літературі передбачено ряд загальноприйнятих методів обчислення конкурентоспроможності продукції. До них відносять найбільш поширені – диференціальний, комплексний та похідний від них – змішаний, а також менш відомі – метод із використанням функції бажаності та метод багатокритеріальної оптимізації.

Диференціальний метод оцінки конкурентоспроможності, заснований на використанні одиничних параметрів аналізованої продукції та бази порівняння і їхньому зіставленні. Критерієм порівняння для даного методу може бути потреба або товар-зразок.

Розрахунок одиничного показника конкурентноздатності визначається за формулою:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{io}} \times 100\%, \quad (6)$$

де  $q_i$  - одиничний параметричний показник конкурентоспроможності по  $i$ -му параметрі ( $i = 1, 2, 3, \dots, n$ );

$P_i$  - величина  $i$ -го параметра для аналізованої продукції;

$P_{io}$  - величина  $i$ -го параметра, при якому потреба задовольняється цілком;

$n$  - кількість параметрів.

Параметрами при визначенні рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції можуть бути: властивості призначення (органолептичні та фізико-хімічні показники, показники призначення та маркування), естетичні та екологічні властивості, показники безпеки продуктів, а також показники зберігання і транспортабельності. [4, с.146]



Рис. 1. Алгоритм оцінки конкурентоспроможності продукції [4, с. 143]

Для розрахунку групових параметричних індексів застосовують наступну формулу:

$$I_{cp} = \sum_{i=1}^n q_i a_i, \quad (7)$$

де  $a_i$  - питома вага  $i$ -го параметра, визначена експертами;  $n$  – кількість параметрів.

Диференціальний метод дозволяє лише констатувати факт конкурентоспроможності аналізованої продукції чи наявності в неї недоліків у порівнянні з товаром - аналогом. Він, однак, не враховує вплив кожного параметра. Для усунення цього недоліку використовується комплексний метод оцінки конкурентоспроможності. Він ґрунтується на застосуванні комплексних показників чи зіставленні питомих корисних ефектів аналізованої продукції і зразка. При цьому окремо обчислюють груповий показник по нормативних, технічних та економічних показниках.

Розрахунок групового показника по нормативних параметрах визначається за формулою:

$$I_{mn} = \prod_{i=1}^n q_{ni}, \quad (8)$$

де  $I_{mn}$  - груповий показник конкурентоспроможності по нормативних параметрах;

$q_{ni}$  - одиничний показник конкурентоспроможності по  $i$ -му нормативному параметрі, що розраховується за формулою (6).

Відмінною рисою даної формули є те, що якщо хоча б один з одиничних показників дорівнює 0, що означає невідповідність параметра нормам чи стандартам, то груповий показник також дорівнює 0. Очевидно, що товар при цьому буде неконкурентоспроможний. У

випадку із зерном, це може бути перевищення таких допустимих характеристик як вологість зерна, пошкодженість шкідниками тощо.

Розрахунок групового показника по інших технічних параметрах (крім нормативних) розраховується за формулою:

$$I_{mn} = \sum_{i=1}^n q_i a_i \quad (9)$$

Отриманий груповий показник  $I_{mn}$  характеризує ступінь відповідності даного товару існуючій потребі по всьому набору технічних параметрів. Основою для визначення вагомості кожного технічного параметра в загальному наборі є експертні оцінки, засновані на результатах маркетингових досліджень.

Розрахунок групового показника по економічних параметрах проводиться на основі визначення повних витрат на придбання і споживання (експлуатацію) продукції. Для сільськогосподарської продукції параметр витрат на споживання (експлуатацію) продукції не вводиться, оскільки він не є характерним для неї. Відповідно підрахунок групового показника по економічних параметрах проводиться по формулі:

$$I_{en} = \frac{3}{3_o} \quad (10)$$

$3, 3_o$  - одноразові витрати на придбання відповідно аналізованої продукції і зразка.

Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності продукції проводиться за формулою:

$$K = I_{nm} \times \frac{I_{mn}}{I_{en}} \quad (11)$$

Провівши ряд простих підстановок і перетворень формули (11), ми отримаємо зведену формулу інтегрального показника:

$$K = \frac{\prod_{i=1}^n q_{ni} \times \sum_{i=1}^n q_i a_i \times 3_o}{3} \quad (12)$$

Оцінка показника конкурентоспроможності залежить від бази порівняння. Якщо за базу взяти максимальний рівень споживчої потреби, то чим ближчим буде значення  $K$  до одиниці, тим, відповідно, більш конкурентоспроможним буде досліджуваний товар, одиниця в даному випадку означатиме ідеальний товар. Якщо ж базою порівняння буде товар-зразок, то конкурентоспроможність досліджуваного товару визначатиметься співвідношенням  $K$  і одиниці. Якщо  $K < 1$ , то досліджуваний товар поступається зразку по конкурентоспроможності, а якщо  $K > 1$ , то переважає, при рівній конкурентоспроможності  $K=1$ .

В деяких випадках при аналізі конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, особливо дослідженні великих партій умовно однорідної продукції, наприклад зерна, доцільно провести декілька вибірок, і проаналізувати кожну з них. Інтегральний показник по вибраній групі можна обчислити, як середньозважений по кожній вибірці:

$$K_{cp} = \sum_{i=1}^N K_i \times R_i \quad (13)$$

де  $K_{cp}$  - інтегральний показник конкурентоспроможності продукції по групі зразків;

$K_i$  - показник конкурентоспроможності  $i$ -го зразка;

$R_i$  - вагомість  $i$ -го зразка в групі (при вибірці рівних зразків, наприклад тисячі зерен,

$R_i = \frac{1}{N}$ );

$N$  - кількість досліджуваних зразків.

При змішаному методі оцінки конкурентоспроможності продукції використовується частина параметрів обчислених диференціальним методом і частина параметрів обчислених комплексним методом. Він також є загальноживимим і зустрічається в економічній літературі.

Проте, в усіх вищезгаданих методах оцінки конкурентоспроможності продукції є один недолік – споживчі властивості товарів і їх значимість визначається без врахування думки споживача. Вважається, що покращення будь-якої характеристики товару автоматично підвищує його конкурентоспроможність.

Аналіз інших підходів до визначення конкурентоспроможності продукції, заснованих на виявленні думки споживача, в тому числі – метод із використанням функції бажаності та метод багатокритеріальної оптимізації, показують, що і в цьому випадку особливості споживачів не враховуються у повній мірі. Тому для визначення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, зважаючи на невелику значимість вищезгаданої похибки, використовувати ці методи недоцільно.

Аналіз конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції досить часто стикається із іншою проблемою, проблемою невідповідності якісних параметрів у вітчизняних і міжнародних стандартах. За рядом принципів оціночних норм покладених в основу формування ціни зерна, вітчизняні стандарти на основні продукти зернового експорту суттєво відрізняються від американських та європейських. Наприклад, основні показники якості, в яких зацікавлені експортери пшениці – це число падіння та вміст білка, які взагалі були відсутні в ГОСТах до недавнього часу. На внутрішньому ж ринку основне значення при віднесенні зерна до певного класу і, відповідно, при утворенні ціни на нього має вміст та якість клейковини. У зв'язку із такими розбіжностями, часто виникає невідповідність між оцінками рівня конкурентоспроможності пшениці на зовнішніх та внутрішніх ринках.

**Висновки і перспективи подальших досліджень в даному напрямку.** Зважаючи на такі обставини, актуальності набуває дослідження можливості переходу на міжнародні стандарти якості сільськогосподарської продукції, або пристосування до них вітчизняних стандартів. Перші кроки у цьому напрямку вже зроблені – з 1 січня 1999 року до показників оцінки якості зерна пшениці додано такі характеристики як “число падіння” та “вміст білка”. Проте, до повної відповідності норм ще далеко.

Отже, оцінка рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції має свої особливості, які необхідно обов'язково враховувати в процесі її формування. Загалом, згадані методи дослідження рівня конкурентоспроможності можуть бути використані при оцінюванні конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, проте, найважливішим і найскладнішим, в даному аспекті, є визначення важливості різних параметрів для споживача. Для забезпечення ефективності досліджень, якщо це можливо, слід провести декілька аналізів для перевірки їх достовірності. І тільки в тому випадку, коли розбіжностей у результатах не виникло, можна говорити про їх достовірність, інакше, потрібно детальніше проаналізувати використані параметри, в тому числі особливості вимог споживачів, і провести повторне дослідження.

Таким чином, конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції є важливою складовою ринку. З її допомогою можна визначити місце підприємства чи країни на ньому, і, якщо це потрібно, покращити своє становище. Аналіз рівня конкурентоспроможності продукції може служити важливим інструментом у конкурентній боротьбі як за існуючі так і за потенціальні ринки. Він може допомогти знайти слабкі сторони, визначити конкурентні переваги, зрозуміти причини невдач на ринку і підказати як уникати їх надалі. Особливо актуальним поняття конкурентоспроможності є для тих галузей, які переживають кризовий період, це стосується також і сільського господарства. І саме для фахівців цих галузей володіння методологією дослідження процесу формування конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції є просто необхідним.

### Використана література

1. Бернар И., Колли Ж-К., Толковый экономический и финансовый словарь: В 2-х тт. – Т.1. Пер. с фр. — М.: Международные отношения, 1997. — 439 с.

2. Економічна енциклопедія: у III-х тт. / Редколегія: С.В.Мочерний (відп. ред.) та ін.- К.: "Академія", 2000. — 818 с.
3. Кулешова Г.М. Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві // Економіка АПК. — 2008 — №3 — С. 126-132.
4. Маркетинг: принципи і функції: Навчальний посібник для вузів / За ред. О.М.Азарян – К.: НМЦВО Мін. освіти і науки України, 2001 -320с.
5. Месель-Веселяк В.Я. Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки України // Економіка АПК. — 2007 — №12 — С. 8-14.
6. Тарасова В.П., Крутикова Ф.А. Толковый словарь рыночной экономики. — М.: Рекламно-издательская фирма «Глория», 1993. — 302 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА-М. — 2000. — 233 с.
8. Швиданенко О.А. Сучасні критерії конкурентоспроможності: ефективність та інноваційність // Актуальні проблеми економіки. — 2003 — №8 — С.145-153.