

залежно від існуючого забезпечення технікою, наявності власних фінансових ресурсів повинен коливатись у межах 5-15%.

**Література:**

1. Гузенко Е. Инвестиционная политика воспроизводства основных фондов на предприятиях Украины / Е. Гузенко // Экономика, финансы, право. – 1998. – №4. – С.22–30.
2. Галепа Т. Особливості формування джерел відтворення основних засобів / Т.В. Галепа // Економіка. – 2006. – № . – С.77–81.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ АГРОПІДПРИЄМСТВ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ТА МЕТОДІВ ЇХ АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ**

*Гетьман Д.О.*

*Державний ВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*

В умовах конкурентного ринку підприємства в щоденній діяльності постійно знаходяться під впливом чинників імовірнісного характеру, що викликає необхідність відмови від жорсткого планування і переходу до гнучкої адаптивної системи економічного регулювання. Реалізація такого завдання пов'язана з розробкою концепції конкурентоспроможності підприємства, в якій визначаються мета і задачі діяльності, ресурсне забезпечення, шляхи досягнення, цілі і методи вирішення завдань.

У процесі реформування аграрного сектора здійснено глибокі структурні зміни – докорінно перебудовано земельні і майнові відносини, створено організаційно-правові структури ринкового спрямування на основі приватної власності на землю і майно. Сучасні економічні перетворення в аграрному секторі мають незворотний характер, але водночас його нинішній соціально-економічний стан, певна невизначеність результатів на перспективу вимагають переосмислення тактичних і стратегічних напрямів здійснення аграрної політики, наукового підходу і переходу до нової методології господарювання на всіх агропромислових формуваннях, широкого пошуку альтернатив, глибоких наукових досліджень і на цій основі – побудови нових моделей поведінки реформованих агропромислових утворень.

Орієнтація агробізнесу на успішне розв'язання ринкових завдань потребує інноваційного розвитку вітчизняного аграрного сектору й адаптації його до жорсткої конкуренції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Водночас функціонування агропідприємств в умовах ринкової економіки та їх зв'язок з ринком диктують необхідність застосування чіткої економічно обґрунтованої системи маркетингу. Для українських товаровиробників проблема конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції постає особливо гостро у зв'язку з прагненням України вступити до ЄС. Враховуючи це, питання організації маркетингу в системі конкурентоспроможності підприємства є надзвичайно актуальним на сучасному етапі розвитку аграрного сектора економіки й всього АПК. Господарська діяльність будь-якого

виробника приречена на провал, якщо йому бракує знань про закономірності товароруху, місткість ринку, активність конкурентів, стан попиту і пропозиції, зміни у настроях покупців, тощо. Інформація про стан економіки й ефективність ринкових механізмів – конкуренції, ціноутворення, попиту і пропозиції, податків, грошей та інших процесів помітно змінює порядок функціонування господарських систем. Така обізнаність дає можливість прогнозувати динаміку попиту і пропозиції, встановлювати зв'язок між потребами споживачів і споживчими властивостями товарів, підвищувати якість і ефективність управлінських дій. Тому підприємству важливо мати мобільну систему вивчення ринку, яка б оперативно й адекватно реагувала на постійну зміну обставин, що обумовлюють напругу економічного життя.

Метою нашого дослідження є розробка адекватної методики оцінки конкурентоспроможності агропідприємств та вияв їх конкурентних переваг.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання, напрацювання вітчизняних та зарубіжних вчених з питань механізму побудови конкурентоспроможності, статистичні дані розвитку сільського господарства у ринкових умовах, бухгалтерська звітність агропідприємств. Для досягнення поставленої мети в дослідженні застосовано такі методи, як: системний підхід; логіко-структурний аналіз; морфологічний; графічний; статистико-економічний; розрахунково-конструктивний методи, методи економіко-математичного моделювання; фінансова діагностика; методи прогнозування; експертний аналіз, SWOT-аналіз тощо.

Результати наукових досліджень конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції знайшли всебічне вивчення переважно у працях зарубіжних дослідників, зокрема Г. Боста, Р. Вернона, Х. Верлі, Й. Ворета, М. Вудкока, Г. Крамера, Л. Мартіна, Д. Парлбі, М. Портера, Д. Рікардо, А. Сміта, Й. Шумпетера, Б. Файфера, Д. Френека. Окремі питання конкурентної політики, забезпечення конкурентоспроможності сільгосппродукції маркетинговими методами знайшли відображення в працях вітчизняних учених: В.І. Бойка, Г.Н. Бобровського, М.І. Гельвановського, О.Ю. Єрмакова, М.В. Калінчика, Ю.С. Коваленка, М.Г. Лобаса, М.Й. Маліка, В.Я. Месель-Веселяка, Г.М. Паламарчука, Л.В. Романової, П.Т. Саблука, В.М. Трегобчука, Г.В. Табунія, Р.М. Тихонова, Л.М. Худолій, О.М. Царенка, Ф.Ф. Шампрая, О.М. Шпичака, В.В. Юрчишина та інших. Проте системні наукові обґрунтування визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції в даний час практично відсутні. Все це зумовило вибір і актуальність теми дослідження, його наукове та практичне значення.

Дослідження основних складових конкурентоспроможності підприємств показує, що мають місце неоднозначність трактувань пов'язаних з нею термінів, відсутність їх чіткого розмежування. В історичному вимірі теорія конкурентних переваг, яка прийшла на зміну теорії порівняльних переваг, обумовила основні закономірності і тенденції розвитку конкурентоспроможності як одного з елементів ринкового механізму господарювання.

Представники різних течій сучасної західної економічної думки, в тому числі монетаристи, структуралісти та прихильники економіки пропозиції,

суттєво відрізняються в поглядах на чинники динаміки конкурентоспроможності економіки в умовах глобальної конкуренції. Це дозволяє визначити історичну зміну таких підходів, яку відображає класифікація етапів розвитку методології конкурентоспроможності, яку було наведено в науковій роботі Н.О. Пустової [1, с.5].

Погоджуючись з думкою більшості українських і зарубіжних вчених, зазначимо, що нині відсутня загальноприйнята методика визначення конкурентоспроможності підприємства. Проте науковцями розроблена досить велика кількість різних методичних підходів до визначення рівня конкурентоспроможності підприємств. Так, В.А. Сідун, Ю.В. Пономарьова пропонують оцінку конкурентоспроможності підприємства проводити за методом різниць, методом рангів, методом балів і методом еталону [2, с.416]. В.Д. Немцов і Л.С. Довгань виділяють метод, заснований на теорії ефективної конкуренції; підходи, які пов'язують рівень конкурентоспроможності підприємства з показниками якості (конкурентоспроможності) продукції; методи, засновані на теорії конкурентної переваги; метод бенчмаркінгу [3, с.222]. Є.В. Мінько та М.Л. Кричевський визначають конкурентоспроможність підприємства за рентабельністю та часткою продукції підприємства на ринку [4, с.131-132]. С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва та А.В. Вакуленко до ключових методів оцінки, окрім вищевказаних, відносять методи, в основі яких лежать життєвий цикл товару, оцінка конкурентоспроможності одиниці продукції та споживча вартість [5, с.346-379]. В свою чергу, серед існуючих на сьогоднішній день вітчизняних наукових доробок з питань оцінки конкурентоспроможності агропідприємств найбільшої уваги, на наш погляд, заслуговує праця Маліка М.Й. та Нужної О.А., в якій надзвичайно точно та зрозуміло викладено особливості формування конкурентоспроможності агропідприємств та загальна методика її оцінювання [6, с.37-186]. Як підсумовано в роботі Г.А. Соловйової за аналізом В.Д. Пантелєєва [7], одним з етапів оцінки конкурентоспроможності підприємств має бути аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, який є важливим фактором у визначенні можливостей та загроз для їх розвитку. Щоб отримати оцінку можливостей підприємств та ситуації на ринку використовується SWOT-аналіз. SWOT-аналіз допомагає визначити сильні і слабкі сторони аграрних підприємств, а також можливості і загрози, що впливають на них із зовнішнього середовища [8]. За визначенням Т.Б. Харченко, основною характеристикою конкурентоспроможності сільгосппродукції є її якість. Нею була розроблена методика оцінки конкурентоспроможності підприємства, яка базується на комплексному підході та враховує показники якості продукції, рентабельності продажів і частки ринку підприємства [9].

На думку Н.М. Дмитренко, комплексна кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства може бути забезпечена таким показником, який враховує вплив сукупності факторів, виражених коефіцієнтами операційної ефективності діяльності підприємств, їх інноваційності та адаптивності [10].

У нашому дослідженні доповнено методика оцінки

конкурентоспроможності емоційно-психологічними параметрами (довіра до виробника, лояльність до торгової марки); характером залежності (пряма чи зворотна) загального рівня якості товару від величини конкретного параметру. Наші подальші аналітичні дослідження виконані на основі маркетингового підходу до формування фінансової конкурентоспроможності як запоруки успішного функціонування підприємства в конкурентному середовищі.

Отже, конкурентоспроможність агробізнесу характеризується сукупністю показників діяльності виробничих структур, що визначають їх стабільний розвиток у конкурентній боротьбі на внутрішньому і зовнішньому ринках. Вона оцінюється конкурентоспроможністю окремих його підприємств і продукції, яку вони реалізують на ринку. Конкурентоспроможні агропідприємства здатні формувати та розширювати ринкову частку шляхом використання засобів інноваційного менеджменту, раціонального використання ресурсів, поглиблення диверсифікації, а також нарощування масштабів виробництва. Передумовами здобуття ними стійких конкурентних переваг є обмеження для конкуренції, а також низький рівень мобільності окремих економічних ресурсів та їх гетерогенність. Основними джерелами конкурентоспроможності підприємств є операційна ефективність і стратегічне позиціонування. Але разом з тим, конкурентоспроможність підприємства не визначається будь-яким одним параметром, а являє собою результат взаємодії множини факторів, унікальних в кожній конкретній ситуації. Маркетинговий інструментарій є основоположною рушійною силою в забезпеченні високої конкурентоспроможності вітчизняних сільгосп-підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

#### **Література:**

1. Пустова Н.О. Організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємств (за матеріалами харчових підприємств Херсонської області): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Н.О. Пустова. – К., 2006. – 20 с.
2. Сідун В.А. Економіка підприємства: навч. посібник / Сідун В.А., Пономарьова Ю.В. – К.: ЦУЛ, 2003. – 436 с.
3. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент / В.Д. Немцов, Л.С. Довгань. – К.: ЕКСОБ, 2002. – 560 с.
4. Минько Э.В. Качество и конкурентоспособность / Э.В. Минько, М.Л. Кричевский. – СПб.: Питер, 2004. – 268 с.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
6. Малік М.Й., Нужна О.А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: Монографія. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
7. Пантелеев В.Д. Оцінка конкурентоспроможності підприємства (методологія простого рішення) / В.Д. Пантелеев // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – №2. – С.10–15.
8. Соловійова Г.А. Оцінка рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств Миколаївської області на світовому ринку зерна / Г.А. Соловійова // Студентський науковий вісник: Економічні науки. – Вип. 2 (3). – Ч. 2. – Миколаїв, 2010. – С.153–159.
9. Харченко Т.Б. Якість продукції в системі факторів конкурентоспроможності підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Т.Б. Харченко. – К., 2006. – 22 с.

10. Дмитренко Н.М. Оцінка рівня конкурентоспроможності малих підприємств харчової промисловості / Н.М. Дмитренко // Бізнес-Навігатор: науково-виробничий журнал. – 2010. – №3(20). – С.26–30.

Науковий керівник: к.е.н., доцент *Гетьман О.О.*, Дніпропетровська державна фінансова академія

## **ОЦІНЮВАННЯ ТА МОДЕЛЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Грідін О.П.,  
Грідіна М.О.*

*Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»*

В сучасних навчальних посібниках [1] фінансова стійкість господарюючого суб'єкта розглядається як стан його грошових ресурсів, що забезпечує розвиток підприємства переважно за рахунок власних коштів при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності при мінімальному рівні підприємницького ризику. Вимірюється вона показником забезпеченості (покриття) оборотних активів у запасах оборотними коштами із різних джерел фінансування. При цьому виділяють такі типи фінансової стійкості підприємства:

1) абсолютна – запаси повністю фінансуються за рахунок власних оборотних коштів (чистого оборотного капіталу);

2) нормальна – запаси фінансуються за рахунок власних оборотних коштів і довгострокових кредитів і займів;

3) порушена – запаси фінансуються за рахунок власних оборотних коштів, довгострокових і короткострокових кредитів і займів;

4) кризова (критична) – запаси не забезпечені джерелами фінансування.

Така класифікація не враховує, що відповідно до наведеного вище визначення, підприємство набуває критичного фінансового стану також при відсутності власних оборотних коштів, що є ознакою порушення платоспроможності і високого рівня підприємницького ризику. Тому критерієм оцінювання фінансової стійкості підприємства є показник покриття запасів власними оборотними коштами (чистим оборотним капіталом).

Відносно до значень критерія ( $У$ ) пропонується деталізувати якісну характеристику стійкості підприємства за такими кількісними рівнями:

$У \geq 1$  – відмінна (абсолютна);

$0,9 \leq У < 1$  – дуже добра;

$0,6 \leq У < 0,9$  – добра;

$0,2 \leq У < 0,6$  – задовільна;

$0 < У < 0,2$  – незадовільна;

$У \leq 0$  – критична.

В процесі побудови економіко-математичної моделі формування рівня критерія фінансової стійкості підприємства були проаналізовані підходи до