

УДК 338.64

ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ТОВАРНО-ПРОДУКТОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА<http://orcid.org/0000-0001-6734-5757>

Усикова Олена Миколаївна, в.о. директора навчально-наукового інституту економіки та управління, д.е.н., доцент, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, e-mail: elenamb73@rambler.ru, тел: +380672833669

Olena Usykova, Acting Director of the Educational and Scientific Institute of Economics and Management, Doctor of Economics, Associate Professor, Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv

O. Usykova. Accounting and economic grounds for commodity and production strategies of the enterprise.

Accounting and economic grounds for commodity and production strategies of the enterprise (it is expedient to consider enhancement of the efficiency of the enterprise's activity to improve the technology of production of certain types of products in accordance with the substantiated product strategy in the previous section. The strategic development of any enterprise is closely linked to the implementation of investments, which ensure the updating of technologies, expansion of the range of products, improving the efficiency of the enterprise as a whole. Today, an accurate assessment of the investment capacity of the industry, reliable and reliable establishment of investment priorities remains extremely relevant. Therefore, the selection of the most attractive projects should be carried out according to a system of criteria and parameters that reflect the specifics of the industry and its investment priorities. It is very important to make a fair decision about investing in the dairy industry with a comprehensive analysis of external and internal factors. To the external ones we refer to those that actually formed in the market and which form the terms of the project implementation, conditioned by the project and reflect its main characteristics. Internal factors are those that reflect the impact of the project on the company that implements it. The combination of these factors, in our opinion, forms the reliability of the project. In the framework of this study, the significance of these factors was studied in order to develop certain recommendations for the implementation of the proposed methodology in practice. For this purpose, marketing researches of market capacity in relation to industry products and dynamics of its changes were used; a retrospective budget analysis of the structure, volume of investments in the implemented projects of the industry and expenses for the promotion of product projects. A number of characteristics were established solely by analytical methods - structural-analytical and factor-analytical, but the overwhelming part of the restrictions was determined by combining statistical and expert methods).

Усикова О. М. Обліково-економічне обґрунтування товарно-продуктових стратегій підприємства.

Обліково-економічне обґрунтування товарно-продуктових стратегій підприємства (сьогодні надзвичайно актуальною залишається достовірна оцінка інвестиційної спроможності галузі, надійне і достовірне встановлення інвестиційних пріоритетів. Тому вибір найбільш привабливих проектів повинен здійснюватись за системою критеріїв та параметрів, що відображають специфіку галузі та її інвестиційні пріоритети. Саме від обґрунтованості рішень, прийнятих на стадії формування інвестиційного портфеля галузі залежить результативність функціонування підприємств на ринку, ступінь вирішення поставлених завдань і досягнення цілей. Мета даної пропозиції полягає в розробці рекомендацій щодо наукового обґрунтування методики відбору інвестицій на основі ефективної комплексної діагностики галузі виробництва молокопродуктів. Створення нового підходу до прогнозного аналізу комплексної привабливості проектів визначається потребою достовірного врахування не лише їх комерційних характеристик, але й їх вплив на надійність функціонування (в першу чергу - на обсяги і структуру зобов'язань) підприємства-замовника проекту та галузі в цілому. Переважна більшість методик оцінки проектів пропонує традиційний набір інвестиційних параметрів, що не задовольняє потребам комплексності оцінки, решта, зокрема новітні розробки не враховують специфіки інвестування галузі. Зазначені недоліки долає підхід, що передбачає перегляд існуючих критеріїв, їх суттєве розширення і сполучення).

Усикова Е. Н. Учетно-экономическое обоснование товарно-продуктовых стратегий предприятия.

Учетно-экономическое обоснование товарно-продуктовых стратегий предприятия (сегодня чрезвычайно актуальной остается достоверная оценка инвестиционной способности области, надежное и достоверное установление инвестиционных приоритетов. Поэтому выбор наиболее привлекательных проектов должен осуществляться по системе критериев и параметров, отражающих специфику отрасли и ее инвестиционные приоритеты. Именно от обоснованности решений, принятых на стадии формирования инвестиционного портфеля отрасли зависит результативность функционирования предприятий на рынке, степень решения поставленных задач и достижения целей. Цель данного предложения заключается в разработке рекомендаций по научного обоснования методики отбора инвестиций на основе эффективной комплексной диагностики отрасли производства молокопродуктов. Создание нового подхода к прогнозного анализа комплексной привлекательности проектов определяется потребностью достоверного учета не только их коммерческих характеристик, но и их влияние на надежность функционирования (в первую очередь - на объемы и структуру обязательств) предприятия-заказчика проекта и отрасли в целом. Подавляющее большинство методик оценки проектов предлагает традиционный набор инвестиционных параметров не удовлетворяет потребностям комплексности оценки, остальные, в том числе новейшие разработки не учитывают специфики инвестирования отрасли. Указанные недостатки преодолевает подход, предусматривающий пересмотр существующих критериев, их существенное расширение и сообщения).

Постановка проблеми. Надзвичайно швидко змінюється середовище українських підприємств, пов'язана з посиленням конкуренції на внутрішніх та зовнішніх ринках, потребує від менеджерів нових підходів до досягнення поставлених цілей, конкурентного управління фірмою (підприємством).

Для того, щоб забезпечити успішне функціонування протягом тривалого періоду, підприємства повинні не тільки оцінювати поточну ситуацію, а й визначати свої спроможності діяти на ринку в майбутньому, вміти обирати правильні цілі розвитку. Вчасне виявлення слабких сторін підприємства може врятувати його від банкрутства. За таких умов, дослідження проблем, пов'язаних з управлінням конкурентоспроможністю підприємства є актуальними в сучасних умовах господарювання на Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню конкуренції та конкурентоспроможності підприємств присвячені праці багатьох відомих зарубіжних і вітчизняних учених-економістів: Ламбена Ж.Ж., Портера М, Діксона П.Р, Шевченка Л.С., Фатхутдінова Р.А., Юданова А.Ю., Осіпової В.Є., Градова А.П., Іванова Ю.Б. та ін. На сьогоднішній день існують вагомі дослідження теорії конкуренції, оцінки і діагностики конкурентоспроможності підприємства, розробки конкурентних стратегій, але особливості функціонування підприємств в сучасних умовах обумовлюють необхідність не тільки використання конкурентоспроможності в якості оцінного індикатора, але й як об'єкта управління, що дозволить досягти рівноважного, збалансованого становища на певний час в зовнішньому середовищі.

Мета статті. Метою даного дослідження є вивчення теоретичних засад оцінки й управління конкурентоспроможністю підприємств, здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості, а також розробка його конкурентної стратегії, що дозволить посилити позиції підприємства на ринку. Вивчення основних складових конкурентоспроможності надасть змогу керівництву підприємства розробити стратегію покращення фінансових показників його діяльності.

Результати дослідження. Кожне підприємство, створене для досягнення певного успіху, з самого початку своєї діяльності цільовими орієнтирами обирає розвиток і зростання. Однак реальна ситуація в зовнішньому середовищі коригує ці основні настанови, оскільки нерідко виникають умови, за яких дотримання високих темпів зростання є найкращим вирішенням. Об'єктивні та суб'єктивні причини спонукають підприємство збільшувати або зменшувати темпи зростання продажу, а отже, обсягів прибутків і можливостей реінвестування їх у виробництво для подальшого розвитку. У таких випадках йдеться про використання різних стратегій, а не тільки стратегій зростання.

З метою визначення оптимальної товарно-продуктивної стратегії підприємству потрібно досліджувати стан «портфеля» підприємства та шукати оптимальний баланс між різними напрямками діяльності. Найпопулярнішими інструментами порівняння, аналізу та оцінки різних бізнес-напрямків у діяльності підприємства є двомірні матриці, де використовуються будь-які пари стратегічно важливих показників. Найоптимальнішими показниками, які пропонують використовувати, є:

- частка ринку;
- темпи зростання ринку;
- перспективи галузі;
- конкурентоспроможність;
- прибутковість;
- оцінка виготовленої продукції.

Для аналізу структури діяльності підприємства рекомендується використовувати метод рангового аналізу показників: конкурентна позиція зони господарювання та прибутковість діяльності. Коли підприємству потрібно проаналізувати оптимальний склад асортименту, то вагомо для аналізу використовувати пару показників: обсяг реалізації продукції та рентабельність продукції. Цікавим комплексним показником, який використовують у ранговому аналізі, є «конкурентна позиція» зони господарювання. Для визначення цього показника пропонується використовувати методологію розрахунку коефіцієнту конкурентоспроможності за співвідношенням:

$$K = \frac{I_{я} * I_{м}}{I_{с}}, \quad (1)$$

де $I_{я}$, $I_{м}$, $I_{с}$ - зведені індекси конкурентоспроможності відповідно за якісним, маркетинговим та економічним показниками.

Основним економічним показником, що впливає на конкурентоспроможність продукції є ціна виробу. Індекс ціни пропонується вибирати за табл. 1. На наступному етапі за допомогою експертів визначають вагомість кожного показника та виставляють бальну оцінку показника у розмірності від 1 до 10 (1-найгірше значення показника, 10-найкраще).

Таблиця 1

Характеристика цін

Ціна	Індекс
Висока, неприйнятна для споживачів	2,5
Висока, яку споживачі згодні виплачувати	2,0
Середня, прийнятна для споживача	1,5
Низька, прийнятна для широкого кола споживачів	1,0

Наступний етап визначення коефіцієнту кореляції рангів, що розраховується за формулою:

$$K_p = 1 - \frac{6 \sum (P_k - P_r)}{n * (n^2 - 1)}, \quad (2)$$

де P_k - ранг конкурентної позиції;

P_r - ранг рентабельності;

n - кількість позицій асортименту.

Коефіцієнт кореляції рангів може змінюватися у діапазоні від -1 до +1. Значення коефіцієнта «—» вказує на тенденцію зменшення одного з показників при збільшенні іншого, що свідчить про нераціональність структури діяльності підприємства. Результати розрахунків рангів за асортиментом аналізованого підприємства наведені в табл. 3 У нашому випадку значення коефіцієнта кореляції дорівнює - 0,6, що свідчить про нераціональність структури діяльності підприємства.

Відносно можливих значень коефіцієнта кореляції K_r рекомендується використовувати такі оцінки значень:

0,7-1 - структура діяльності підприємства оптимальна;

0,4- 0,7 - структуру діяльності потрібно поліпшити;

1- 0,4 - діяльність компанії належить реструктуризувати;

Таблиця 2

Результати розрахунків рангів

Код асортименту	Ранг		Різниця рангів, $R_k - R_p$
	конкурентної позиції, R_k	прибутковості, R_p	
1	2	3	4
(A1)	6	6	0
(A2)	4	4	0
(A3)	2	15	13
(A4)	5	12	7
(A5)	3	8	5
(A6)	1	14	13
(A7)	15	7	8
(A8)	8	9	1
(A9)	9	10	1
(A10)	12	2	10
(A11)	11	1	11
(A12)	14	3	11
(A13)	7	11	4
(A14)	10	13	3
(A15)	13	5	8

На останньому етапі аналізуємо «портфель» підприємства за матрицею «Мак-Кінсі 7С». Аналіз показав, що асортиментні групи А1, А2, А3- ті напрямки, які потрібно розвивати, і потребують додаткового інвестування; А4 - асортиментна група, з якої можна мати максимум прибутку; А7, А9, А10, А11, А12, А13, А15 - асортиментні групи, що потребують удосконалення, додаткового інвестування; А8, А14, А6 - асортиментні групи, що потребують заміни.

Отже, для підвищення ефективності діяльності підприємства доцільно розглянути можливості вдосконалення технології виробництва окремих видів продукції, відповідно до обґрунтованої в попередньому розділі продуктової стратегії.

Висновки. Стратегічний розвиток будь-якого підприємства тісно пов'язаний з здійсненням інвестицій, що має забезпечити оновлення технологій, розширення асортименту продукції, підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому.

Сьогодні надзвичайно актуальною залишається достовірна оцінка інвестиційної спроможності галузі, надійне і достовірне встановлення інвестиційних пріоритетів. Тому вибір найбільш привабливих проектів повинен здійснюватись за системою критеріїв та параметрів, що відображають специфіку галузі та її інвестиційні пріоритети. Саме від обґрунтованості рішень, прийнятих на стадії формування інвестиційного портфеля галузі залежить результативність функціонування підприємств на ринку, ступінь вирішення поставлених завдань і досягнення цілей. Мета даної пропозиції полягає в розробці рекомендацій щодо наукового обґрунтування методики відбору інвестицій на основі ефективної комплексної діагностики галузі виробництва молокопродуктів.

Створення нового підходу до прогностичного аналізу комплексної привабливості проектів визначається потребою достовірного врахування не лише їх комерційних характеристик, але й їх вплив на надійність функціонування (в першу чергу - на обсяги і структуру зобов'язань) підприємства-замовника проекту та галузі в цілому. Переважна більшість методик оцінки проектів пропонує традиційний набір інвестиційних параметрів, що не задовольняє потребам комплексності оцінки, решта, зокрема новітні розробки не

враховують специфіки інвестування галузі. Зазначені недоліки долає підхід, що передбачає перегляд існуючих критеріїв, їх суттєве розширення і сполучення.

Велике значення для прийняття вірного рішення щодо інвестування в молочній промисловості має комплексний аналіз зовнішніх та внутрішніх чинників. До зовнішніх ми відносимо ті, що реально склались на ринку і які формують умови реалізації проекту, обумовленні самим проектом і відображають його основні характеристики. Внутрішні чинники, це такі, що відображають вплив проекту на підприємство, яке його реалізує. Сукупність цих факторів, на нашу думку, формує надійність проекту.

Якщо вибір проекту буде здійснюватись з урахуванням вказаних факторів, то така методика матиме наступні переваги:

1) комплексність оцінки, яка забезпечується сполученням різних інвестиційних параметрів оцінки в єдиній функції інвестиційної надійності; цим самим значно зростає і достовірність прийняття інвестиційних рішень, оскільки при формуванні цільової функції передбачено алгоритмічні етапи зважування різних параметрів;

2) врахування впливу на очікувану привабливість інвестицій внутрішніх вимог організацій галузі та вимог, які накладаються з боку мінливих умов зовнішнього інвестиційного середовища – в такий спосіб вже на етапі розробці специфічних моделей прийняття інвестиційних рішень забезпечується єдність між очікуваними (прогнозованими) інвестиційною спроможністю галузі, її господарських суб'єктів, виробничо-організаційним та кадровим потенціалом, з одного боку, та інвестиційною ситуацією оточуючого середовища – з іншого.

Зростанню достовірності сприятиме сполучення кількох етапів відбору проектів. Доцільно діагностику проектів та їх відхилення в разі невідповідності встановленими вимогам здійснювати на кількох етапах. Таке “відсіювання” необхідне на етапі формування обмежень щодо внутрішніх та зовнішніх характеристики інвестування, на розрахунковому етапі, і, остаточно, на етапі формування інвестиційних пріоритетів.

В рамках даного дослідження вивчалась значимість вказаних факторів з метою розробки певних рекомендацій щодо впровадження запропонованої методики в практику. Для цього були використані маркетингові дослідження ємності ринку стосовно продукції галузі та динаміка її змін; ретроспективний кошторисний аналіз структури, обсягів інвестицій у втіленні проекти галузі та витрат на просування продукції проектів. Ряд характеристик встановлювались виключно аналітичними методами - структурно-аналітичними та факторно-аналітичними, але переважна частка обмежень визначалась шляхом сполучення статистичних та експертних методів.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. *Маркетинг: підручник / вид. 3-тє, перероб. і доп.* – К.: КНЕУ, 2011. – 543 с.
2. Власенко Я.О., Карпенко С.В. *Основи сучасного маркетингу.* – К.: Видавництво «Фірма «ІНКОС», 2011. – 328 с.
3. Парсяк В.И., *Маркетинг: від теорії до практики: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.* – К.: Наукова думка, 2017. – 256 с.
4. Примак Т.О. *Аналіз показників рентабельності молочного скотарства: Навч. посіб.* – К.: МАУП, 2014. – 228 с.
5. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. *Планування діяльності підприємства. Навч. посіб.* – К.: “Каравела”, 2015. – 432 с.
6. Терещенко О.О. *Фінансова санація та банкрутство підприємств: Навч. Посібник.* – К.: КНЕУ, 2017. – 412 с.

References:

1. Balabanova L.V. (2011), "Marketing: Tutorial", ["Marketing: pidruchnyk"], View. 3rd, processing. and add, K., KNEU, 543 p.
2. Vlasenko Ya.O., Karpenko S.V. (2011), "Basics of modern marketing", ["Osnovy suchasnoho marketyngu"], K., Publishing house "Firm" INCOS", 328 p.
3. Parsyak V.I. (2017), "Marketing: From Theory to Practice", ["Marketing: vid teorii' do praktyky"], Teaching manual for the stud higher teach shut up, K., Naukova Dumka, 256 p.

4. Primak T.O. (2014), "Analysis of indicators of profitability of dairy cattle breeding", ["Analiz pokaznykiv rentabel'nosti molochnogo skotarstva"], Teaching manual, K., MAUP, 228 p.
5. Tarasyuk G.M., Shvab L.I. (2015), "Planning of enterprise activity", ["Planuvannja dijal'nosti pidpryjemstva"], Teaching manual, K., "Caravel", 432 p.
6. Tereshchenko O.O. (2017), "Financial rehabilitation and bankruptcy of enterprises", ["Finansova sanacija ta bankrutstvo pidpryjemstv"], Teaching manual, K., KNEU, 412 p.

Keywords: qualitative assessment; investments; integrated investment analysis; priority technologies; correlation coefficient.

Ключові слова: якісна оцінка; інвестиції; комплексний аналіз інвестицій; пріоритетні технології; коефіцієнт кореляції.

Ключевые слова: качественная оценка; инвестиции; комплексный анализ инвестиций; приоритетные технологии; коэффициент корреляции.

Рецензент: Коренюк П. І., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту організації і адміністрування, Дніпродзержинський державний технічний університет

Перевірено на плагіат системою: <https://corp.unicheck.com/library/viewer/report/9167511>