

## ОЦІНКА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ

**Постановка проблеми.** Активізація діяльності малих підприємств АПК неможлива без визначення їх рівня конкурентоспроможності через оцінювання якості продукції. Систематизація наукових джерел [1,2,3,4,9,11] довела, що існує багато підходів до аналізу конкурентного потенціалу підприємств, але всі вони досить різні, єдиний підхід відсутній. Ситуація ускладнюється тим, що оцінювання конкурентоспроможності підприємств малого бізнесу розглядається з різних точок зору: маркетингу, стратегічного планування, менеджменту або фінансового стану підприємств. Особливістю нашого дослідження є те, що об'єктом оцінки конкурентоспроможності виступає якість продукції малих підприємств АПК, діяльність яких має свої специфічні особливості, і тому постає проблема розробки шляхів активізації їх діяльності з урахуванням цих особливостей їх діяльності і продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Актуальність проблематики, пов'язаної з оцінкою ефективності діяльності підприємств АПК в цілому і малих підприємств зокрема, підтверджується публікаціями вітчизняних вчених-економістів, таких як М. Баб'яка [1], О.Березіна [2,3], Л.Васильєвої [4], П.Гайдуцького [5], Т.Говорушко [6], Ю.Лупенка [8], Г.Козаченко [9], В. Месель-Веселяка [10], В.Подсолонка [11], І.Сіваченко [12] тощо. Проте окремі важливі аспекти удосконалення механізму активізації діяльності підприємств малого бізнесу в АПК через оцінку якості їх продукції ще не знайшли повного і комплексного висвітлення в економічній літературі.

**Формулювання завдання.** Основною метою статті є оцінка якості продукції та її вплив на активізацію діяльності і забезпечення конкурентного потенціалу малих підприємств агропромислового комплексу.

**Виклад основного матеріалу.** Становлення та розвиток нового конкурентного середовища супроводжується відповідними змінами товарних ринків та структури національного виробництва. Більшість підприємств галузей національної економіки співпрацюють і конкурують не тільки з внутрішніми партнерами, але й зарубіжними виробниками чи торговцями. Висока інтенсивність конкурентної боротьби на сировинних, технологічних і товарних ринках у регіональному та загальнонаціональному масштабі змушує малі підприємства більш ретельніше прогнозувати діяльність і розробляти стратегії власного розвитку, уникати непродуманих рішень, незабезпечених замовлень тощо. Не став винятком і агропромисловий комплекс, який у своєму розвитку в цілому повністю відтворює траєкторію більшості галузей національної економіки. Тому сьогодні важливою передумовою розвитку народногосподарського комплексу країни є аналіз ефективності функціонування малих підприємств агропромислового комплексу та оцінка якості їх продукції в регіонах, бо саме в містах та селах криються найгостріші проблеми цього сектору економіки і зосередженні найпотужніші резерви його розвитку.

З метою визначення результативності діяльності малих підприємств АПК у Херсонській області протягом 2006-2008 років проводився аналіз конкурентоспроможності малих суб'єктів господарювання через оцінку якості їх продукції. Проводилося анкетування споживачів продукції малих підприємств різних організаційно-правових форм - ППФ "Приватагросервіс", ТОВ "АФ Деметра", ТОВ АФ "Хетеко", а також МПП "Мрія" [7]. При опитуванні респондентів пропонувалося оцінити якість продукції досліджуваних підприємств з метою аналізу їх конкурентного потенціалу за п'ятьма показниками: смакова якість продукції; естетичність упакування; доступність ціни; свіжість продукції, асортимент продукції. Оцінка відбувалася в розрізі трьох видів

продукції: пряників, сушки та батонів. Аналіз факторів, які визначають конкурентоспроможність продукції малих підприємств галузі розраховали як середні арифметичні з оцінок респондентів (табл.1) [7].

Таблиця 1

**Оцінка конкурентоспроможності та якості продукції малих підприємств АПК**

Показники конкурентоспроможності продукції	Оцінка значущості	Усереднені оцінки продукції виробників							
		ТОВ АФ “Хетекo”		МПП “Мрія”		ТОВ “АФ Деметра”		ППФ “Приватагросервіс”	
		бали	оцінка	бали	оцінка	бали	оцінка	бали	оцінка
<b>Пряники</b>									
1. Доступність ціни	7,6	8,9	67,6	8,6	65,4	6,9	52,4	7,2	54,7
2. Смакова якість продукції	8,0	7,7	61,6	7,1	56,8	5,6	44,8	4,7	37,6
3. Естетичність упакування	8,3	7,1	58,9	6,9	57,3	6,7	55,6	5,8	48,1
4. Свіжість продукції	9,7	9,1	88,3	6,7	65,0	8,7	84,4	6,3	61,1
5. Асортимент	7,4	8,3	61,4	8,4	62,2	7,1	52,5	7,4	54,8
Разом:	41,0		337,8		306,7		289,7		256,3
Резерви			72,2		103,3		120,3		153,7
<b>Сушка</b>									
1. Доступність ціни	7,9	8,4	66,4	6,5	51,4	7,7	60,8	7,1	56,1
2. Смакова якість продукції	8,1	6,8	55,1	6,3	51,0	5,2	42,1	5,8	47,0
3. Естетичність упакування	6,7	7,8	52,3	7,8	52,3	6,3	42,2	5,5	36,9
4. Свіжість продукції	8,4	6,8	57,1	8,4	70,6	6,1	51,2	6,4	53,8
5. Асортимент	7,3	7,2	52,6	6,1	44,5	6,9	50,4	8,2	59,9
Разом:	38,4		283,5		269,8		246,7		253,7
Резерви			100,5		114,2		137,3		130,3
<b>Батони</b>									
1. Доступність ціни	9,1	9,3	84,6	6,6	60,1	6,9	62,8	8,8	80,1
2. Смакова якість продукції	8,7	8,9	77,4	6,6	57,4	6,1	53,1	5,9	51,3
3. Естетичність упакування	5,9	6,4	37,8	7,5	44,3	5,3	31,3	7,1	41,9
4. Свіжість продукції	9,8	6,9	67,6	7,8	76,4	7,7	75,5	5,5	53,9
5. Асортимент	6,4	7,9	50,6	6,9	44,2	6,9	44,2	4,8	30,7
Разом	39,9		318,0		282,4		266,9		257,3
Резерви			81,0		116,6		132,1		141,7

Зазначимо, що при проведенні аналізу було отримано високі усереднені оцінки значущості показників якості та конкурентоспроможності продукції, які засвідчують обґрунтованість відібраного переліку критеріїв.

Встановлено, що по трьох групах споживчих продуктів найбільш вагомими є показники “свіжість продукції” і “доступність ціни”. На думку опитаних споживачів, “асортимент” є більш важливим критерієм при покупці пряників, і менш важливим при

придбанні батону. Помірна значущість при прийнятті рішення щодо купівлі продовольчої продукції присвоєна критерію “естетичність упакування”. Найгірше значення зважених показників конкурентоспроможності отримала продукція ППФ “Приватагросервіс”, яка майже не поступалася продовольчій продукції інших господарюючих суб’єктів лише за такими частковими показниками, як “асортимент” і “доступність ціни” по групі “пряники” і “батони”.

Всі проаналізовані малі підприємства галузі харчової промисловості та перероблення сільськогосподарських продуктів Херсонщини мають значні резерви підвищення якості і конкурентоспроможності власної продукції, оскільки не дібрали до максимальних значень різну кількість балів. Лідер оцінювання – ТОВ АФ “Хетеко” – у порівнянні зі своїм найближчим конкурентом МПП “Мрія”, поступається йому за показниками “естетичність упакування” та “свіжість продукції” по групі продукції “батони”, “свіжість продукції” по продукції “сушка” та за показником “асортимент” по продукції “пряники”. Перевага ТОВ АФ “Хетеко” за рівнем конкурентоспроможності продукції “пряники” зумовлена в першу чергу високим значенням показників “доступність ціни”, “смакові якості продукції”, “свіжість продукції” та “естетичність упакування”, за рівнем конкурентоспроможності сушки – “доступність ціни” та “смакові якості продукції” нівелюється помірними значеннями інших показників, за рівнем конкурентоспроможності продукції “батони” – “доступність ціни”, “смакові якості продукції” та за показником “асортимент” [7].

Взагалі, рівень сприйняття опитаними споживачами продукції виробника МПП “Мрія” свідчать, в першу чергу, про низьку маркетингову активність малого підприємства і брак зусиль щодо поширення інформації про переваги харчової продукції, яку воно виробляє.

Згідно оцінок опитаних респондентів, ППФ “Приватагросервіс” демонструє серед досліджених підприємств достатньо широкий асортимент та доступність ціни продукції, але загалом характеристики конкурентоспроможності продукції малого підприємства потребують суттєвого покращення.

На нашу думку, оцінка якості продукції малих підприємств харчової промисловості та перероблення сільськогосподарських продуктів в Херсонському регіоні дає можливість оцінити ефективність діяльності малих господарюючих суб’єктів та сприяти активізації їх діяльності через комплекс заходів щодо посилення їх конкурентного потенціалу.

**Висновки.** Таким чином, підсумовуючи вищевикладене, вважаємо за необхідне наголосити на потребі подальших досліджень конкурентоспроможності аграрних підприємств через оцінку якості їх продукції. На основі опитування респондентів щодо значущості факторів при оцінці якості продукції підприємств малого бізнесу з перероблення сільськогосподарських продуктів та рівня реалізації цих факторів досліджуваними підприємствами доведено, що всі малі підприємства мають резерви покращення власного конкурентного потенціалу.

На нашу думку, посилення конкуренції на ринку продовольчої продукції можливе лише за умови наявності на ньому конкурентоздатних, фінансово-стійких виробників. Тому підвищення конкурентоспроможності продукції малих підприємств харчової промисловості та перероблення сільськогосподарських продуктів і управління її якістю є складним процесом, що складається із серії безперервних, взаємопов’язаних дій.

#### **Анотація**

У статті проведено оцінка якості продукції малих підприємств агропромислового комплексу з метою покращення їх конкурентного потенціалу та активізації їх діяльності.

**Ключові слова:** якість продукції, малий бізнес в АПК, конкурентоспроможність, конкурентний потенціал.

**Аннотация**

В статье проведена оценка качества продукции малых предприятий агропромышленного комплекса с целью улучшения их конкурентного потенциала и активизации их деятельности.

**Ключевые слова:** качество продукции, малый бизнес в АПК, конкурентоспособность, конкурентный потенциал.

**Annotation**

In the article it is conducted estimation of quality of products of small enterprises of agroindustrial complex with the purpose of improvement of their competition potential and activation of their activity.

**Keywords:** quality of products, small business in AIC, competitiveness, competition potential.

**Список використаних джерел:**

1. Баб'як М. Розвиток малого і середнього підприємництва у регіоні / М.Баб'як // Актуальні проблеми економіки. - 2004.- № 12.- С.77-83.
2. Березін О. Чинники формування національного продовольчого ринку України / О.В.Березін // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ: ДНУ. – 2001. – Вип. 78. – С. 69-77.
3. Березін О. Роль стратегічних аспектів конкуренції у розбудові національного продовольчого ринку України / О.В.Березін // Регіональні перспективи. – 2000. - № 4(11). - С. 39-41.
4. Васільєва Л. Маркетингові дослідження продовольчого ринку / Л.Васільєва // Держава та регіони. – 2003. – №3 – С. 42-45.
5. Гайдуцький А.П. Інвестиційна конкурентоспроможність аграрного сектора України / А.Гайдуцький. – К.: Нора-Друк, 2004. – 246 с.
6. Говорушко Т.А. Малий бізнес: навч. посіб. / Т.А.Говорушко, О.І.Тимченко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 200 с.
7. Дмитренко Н.М. Конкурентоспроможність переробних підприємств малого бізнесу в АПК: дис. ...канд. екон. наук: 08.00.04 / Дмитренко Надія Миколаївна. – Херсон, 2008. – 191 с.
8. Лупенко Ю. Розвиток підприємництва в Україні / Ю. Лупенко. – К.: Нора-друк, 2003. – 328с.
9. Малий бізнес: стійкість та компенсаторні можливості: [монографія] / Г.В.Козаченко, А.Е.Воронкова, В.Ю.Медяник, В.В. Назаров. – К.: Лібра, 2003. – 328 с.
10. Месель-Веселяк В. Я. Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва / В. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2005. - №6. – С.17-26.
11. Подсолонко В.А. Підприємництво / В.А.Подсолонко, А.Ф.Процай, Т.Л.Миронова. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 616 с.
12. Сіваченко І.Ю. Міжнародний агробізнес: [навч.посіб.] / І.Сіваченко – К.:ЦУЛ, 2003. – 208с.