

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

На правах рукопису

ДІДОРЕНКО Тетяна Василівна

УДК 631.172

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ТРАНСФОРМАЦІЇ
ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО
МАШИНОБУДУВАННЯ**

Спеціальність

08.00.04 — економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

**Дисертація
на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук**

Науковий керівник: зав. кафедри
менеджменту у виробничій сфері
ТНТУ імені Івана Пулюя
доктор економічних наук, професор
Кирич Н. Б.

Тернопіль – 2011

ЗМІСТ

ЗМІСТ	2
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи формування організаційно-економічних засад трансформації підприємств сільськогосподарського машинобудування (у контексті взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом)	11
1.1. Теоретичні основи понять «трансфоспроможність», «адаптивнотрансформаційна здатність» підприємств у контексті інноваційно-логістичних перетворень	11
1.2. Методи оцінки адаптивнотрансформаційних здатностей підприємств сільськогосподарського машинобудування	40
1.3. Конкурентні показники і чинники як засіб забезпечення трансфоспроможності машинобудівних підприємств	77
Висновки до розділу 1	105
РОЗДІЛ 2. Особливості організації виробництва на підприємствах машинобудівної галузі посттоталітарного періоду	107
2.1. Характеристика стану виробництва продукції машинобудівної галузі в контексті бурякоцукрового підкомплексу (інноваційно-логістичні аспекти)	107
2.2. Порівняльно-аналітична оцінка ефективності комплексного виготовлення бурякозбиральної техніки	132
2.3. Аналіз ринку бурякозбиральної техніки та експортних можливостей підприємств машинобудівної галузі	152
Висновки до розділу 2	168
РОЗДІЛ 3. Основні напрями розвитку трансформаційних процесів в умовах машинобудівних підприємств на засадах інноваційно-логістичного ланцюга	170
3.1. Диференціація витрат виробництва та ціни на кінцеву продукцію як засіб трансфоспроможності та конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі	170
3.2. Організація спільного використання засобів та лізингу бурякозбиральної техніки як форма мотивації збуту кінцевої продукції підприємств машинобудування	183
3.3. Алгоритм забезпечення трансфоспроможності машинобудівних підприємств у контексті розвитку бурякоцукрового підкомплексу	198
Висновки до розділу 3	209

ВИСНОВКИ	211
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	213

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

АПК — Аграрно-промисловий комплекс

АСУТП — Автоматизована система управління технологічними процесами

ВАТ — Відкрите акціонерне товариство

ВВП — Валовий внутрішній продукт

ВРХ — Велика рогата худоба

ДНТП — Державна науково-технічна політика

ЕЦЖП — Економічний цикл життя продукції

ЗМІ — Засоби масової інформації

ІЦБ УААН — Інститут цукрових буряків Української академії аграрних наук

КВП — Колективне виробниче підприємство

КСП — Конкурентоспроможність

МТС — Машинно-тракторна станція

НДДКР — Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи

НДІ — Науково-дослідний інститут

НДЦКР — Науково-дослідний центр конструкторських робіт

ННЦ ІМЕСГ — Національний науковий центр «Інститут механізації та електрифікації сільського господарства»

НТП — Науково-технічний прогрес

ТЕЦ — Теплоелектроцентрально

ТКЗ — Тернопільський комбайновий завод

УААН — Українська академія аграрних наук

СVP — Аналіз прибутковості продажу (витрати – обсяг – прибуток), на підставі якого приймаються управлінські рішення про асортимент, обсяг, витрати.

SWOT – Аналіз сильних і слабких сторін та ризиків

ВСТУП

Актуальність теми. Сільськогосподарське машинобудування як одна з найбільш наукоємних ланок агропромислового комплексу покликане створювати найактивнішу частину основних виробничих фондів сільськогосподарського виробництва та галузей переробки, а саме: сільськогосподарські машини, бурякозбиральні агрегати, вузли та інші знаряддя праці, що підвищують продуктивність праці, яка в кінцевому результаті впливає не лише на зростання конкурентоспроможності, а й рентабельності підприємницької діяльності.

Технічний прогрес, зміни в ринковій кон'юктурі та ризики від нестабільності в розвитку економіки спонукають машинобудівні підприємства до дедалі частішої зміни типів та моделей бурякозбиральних машин, істотного зростання питомої ваги серійного, а інколи й дрібносерійного випуску. Тому проблема гнучкості, яка базується на інноваційно-логістичних підходах, є однією з першочергових економічних проблем технічного прогресу та трансфоспроможності вітчизняного сільськогосподарського машинобудування. Закордонні виробники сільськогосподарських машин усе більше здійснюють інвестиції в цьому напрямі, постійно проводять науково-дослідні роботи та активну маркетингову політику. Результатом такої діяльності є витіснення вітчизняних машинобудівних підприємств з власних ринкових ніш та зростання на ринку кількості закордонної бурякозбиральної техніки. Закордонна техніка хоч і є значно дорожчою, при тому менш матеріалоемна та надійніша, ніж вітчизняна. Вона характеризується високою продуктивністю, великою кількістю операцій, які проводяться за один прохід, і відповідно — нижчим рівнем витрат на одиницю виконаних робіт. Саме тому, питання оцінки виробництва та використання бурякозбиральної техніки, виявлення та раціональне використання резервів наявної виробничої бази й впровадження прогресивних, економних і енергозберігаючих

технологій сільськогосподарського машинобудування, виявлення рівня адаптивнотрансформаційних здатностей якого на інноваційно-логістичних засадах з врахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом можуть створити передумови для їх відродження. Усе, викладене вище, й зумовило вибір теми дисертаційного дослідження.

Питання розвитку агропромислового комплексу та сільськогосподарського машинобудування є предметом дослідження відомих вітчизняних і закордонних учених, зокрема Андрійчука В., Андрушківа Б., Богатіна Ю., Борщевського П., Бондара В., Брича В. Вергуна М., Гайдучького П., Гарькавого А., Гойка А., Горячкіна М., Дональдсона Г., Дусановського С., Кайна Е., Кантора О., Козея Й., Колера А., Колотушкіної А., Косачьова Г., Кузьміна О., Мостенської Т., Підлісецького Г., Соколова Н., Родіонової Л., Тихонова В., Хакімової Ю., Цільмана Ф., Швандара В. та ін.

Незважаючи на велику кількість і різноплановість досліджень, недостатньо вивченими залишаються питання щодо врахування інноваційно-логістичних підходів у виробництві та використання дорогих та універсальних сільськогосподарських машин, потребують уточнення методи оцінки економічних показників машин, які б ураховували виробничі умови конкретних машинобудівних підприємств. Це зумовило необхідність проведення окремого дисертаційного дослідження, визначило його мету і завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Тернопільського національного економічного університету за темою: «Наукові засади ефективного розвитку агробізнесу та вдосконалення методології обміну, аналізу і аудиту на підприємствах АПК в умовах глобалізації світової економіки» (номер державної реєстрації 0110U001443). Автором розроблено теоретичні та науково-прикладні засади інтенсифікації виробництва бурякоцукрової техніки на інноваційній основі.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розробка теоретичних та методичних положень, а також практичних рекомендацій щодо впровадження організаційно-економічних механізмів виявлення й підвищення рівня адаптивнотрансформаційних здатностей підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах з урахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом. Ці обставини й зумовили необхідність підвищення конкурентоспроможності продукції, удосконалення виробництва, підняття ефективності використання бурякозбиральної техніки. Досягнення окресленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- розробити методичний підхід до визначення теоретичних основ формування організаційно-економічного механізму трансформації підприємств сільськогосподарського машинобудування до європейських вимог на інноваційно-логістичних засадах;
- ідентифікувати сутність і поняття категорій «адаптивно-трансформаційна здатність», «трансфоспроможність виробництва» продукції сільськогосподарського машинобудування;
- обґрунтувати методи оцінки адаптивнотрансформаційних здатностей підприємств сільськогосподарського машинобудування відповідно до вимог державного управління та на основі використання сучасного менеджменту;
- розкрити закономірності й особливості розвитку територіальної організації машинобудування, процесів агропромислової інтеграції, вертикальної та горизонтальної інтеграції, комплексності й диверсифікації виробництва бурякозбиральної техніки;
- обґрунтувати шляхи підвищення трансфоспроможності сільськогосподарського машинобудування.

Об'єктом дисертаційного дослідження є процес забезпечення трансфоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування, у т. ч. виробництва бурякозбиральної техніки.

Предметом дисертаційного дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів визначення рівня адаптивно-трансформаційних здатностей відродження підприємств сільсько-господарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах з урахуванням взаємовідносин із бурякоцукровим підкомплексом як основи рентабельного функціонування в умовах невизначеності ринкової економіки.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою досліджень є загальнонаукові принципи проведення комплексних економічних досліджень, фундаментальні положення сучасної економічної науки, наукові положення та розробки провідних вітчизняних і закордонних фахівців у галузі ефективності використання сільськогосподарської техніки.

У дисертаційному дослідженні використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи: абстрактно-логічний (для теоретичних узагальнень результатів досліджень, формулювання висновків); аналізу та синтезу (для деталізації об'єкта та предмета дослідження); статистико-економічний, зокрема, його прийоми — групування, індексний (для встановлення зв'язків та залежностей між конкурентоспроможністю виробництва бурякозбиральної техніки та системними соціально-економічними чинниками), динамічні порівняння (для співставлення фактичних даних за окремі роки та періоди); графічний (для наочного зображення динаміки показників виробництва й використання сільськогосподарської техніки), нормативний (при визначенні порівняльної ефективності виробництва і використання бурякозбиральних машин); монографічний (для поглибленого вивчення особливостей ефективності використання бурякозбиральної техніки в окремих аграрних підприємствах); СVP-аналізу (для розрахунку меж беззбиткового використання машин) тощо.

Наукова новизна одержаних результатів. Основні положення, висновки та пропозиції, що викладені в роботі та яким притаманна наукова новизна, полягають у такому:

у перше:

– розроблено теоретичні та методичні положення, а також практичні рекомендації щодо впровадження організаційно-економічних механізмів підвищення рівня адаптивно-трансформаційних здатностей відродження підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах з урахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом, які можуть створити передумови для їх трансформації до вимог європейських стандартів;

– подано трактування сутності й поняття категорій «адаптивно-трансформаційна здатність» підприємства сільськогосподарського машинобудування, «трансфоспроможність виробництва», продукції сільськогосподарського машинобудування;

удосконалено:

– підходи до виявлення закономірностей та особливостей розвитку територіальної організації машинобудівної галузі, процесів агропромислової інтеграції, вертикальної та горизонтальної інтеграції, доукомплектування й диверсифікації виробництва бурякозбиральної техніки;

– методичний підхід оцінки адаптивно-трансформаційних здатностей підприємств сільськогосподарського машинобудування з використанням державного управління, визначення теоретичних основ формування організаційно-економічного механізму їх трансформації на основі сучасного використання менеджменту, маркетингу та конкурентних чинників;

– методичний підхід до оцінки вихідних даних визначення теоретичних основ формування організаційно-економічних механізмів трансформації підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах з урахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом.

– методичний підхід щодо визначення конкурентоспроможності виробництва сільськогосподарської техніки, зокрема запропоновано розрахунок коефіцієнта універсальності, що, на відміну від наявних, дозволяє визначити напрями подальших науково-дослідних робіт і можливість

прибуткового впровадження технічних засобів у сільськогосподарське виробництво, виходячи з умов конкретного аграрного підприємства;

набули подальшого розвитку:

– кількісна та якісна оцінка структурних змін у розвитку машинобудівної галузі в умовах нестабільності ринкової економіки, їх вплив на фінансово-економічні показники машинобудівних підприємств;

– обґрунтування шляхів підвищення трансфоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування до стандартів європейського ринку.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в розробці рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції та трансфоспроможності виробництва бурякозбиральної техніки на підприємствах сільськогосподарського машинобудування.

Окремі положення щодо організації кооперативного використання бурякозбиральної техніки було застосовано при плануванні потреби в сільськогосподарській техніці управлінням агропромислового розвитку в Тернопільській області (Довідка № 10-4/25-023 від 22.04.2010).

Результати наукових досліджень, зокрема можливості формування дорадчих служб, які мають право надавати бурякозбиральну техніку на умовах лізингу, запроваджуються Головним управлінням агропромислового розвитку Тернопільської облдержадміністрації (Довідка № 62 від 22.04.2010).

Результати проведеного дослідження були використані також при розробці рекомендацій для планування потреби в техніці для сільськогосподарських підприємств Тернопільської області (Довідка № 56 від 12.05.2010).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є завершеною роботою автора. Наведені в ній результати наукових досліджень є особистими розробками і повністю належать автору. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, використано лише ті положення, які є результатом особистих досліджень здобувача.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати викладені в дисертації, доповідались на науково-практичних конференціях, зокрема науково-практичній конференції «Підвищення ефективності агропромислового виробництва в умовах різних форм господарювання» (Тернопіль, 2005), науково-практичній конференції «Конкурентоспроможність аграрного сектора економіки і механізм її підвищення» (Тернопіль, 2007), науково-практичній конференції «Розвиток інфраструктури аграрного ринку і організаційно-економічний механізм її ефективного функціонування» (Тернопіль, 2008).

Публікації. За темою дисертаційного дослідження опубліковано 10 статей, із них — 4 в наукових фахових виданнях. Загальний обсяг публікацій становить 3,1 д. а, у т. ч. в наукових фахових виданнях — 1,8 д. а.

Структура і обсяг дисертації. Робота викладена на 228 сторінках тексту, виконаного комп'ютерним набором, складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел (164 найменування), містить 8 таблиць, 11 рисунків, 47 формул.

РОЗДІЛ 1

**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-
ЕКОНОМІЧНИХ ЗАСАД ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ
(у контексті взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом)**

1.1. Теоретичні основи понять «трансфоспроможність» і «адаптивно-трансформаційна здатність» підприємств у контексті інноваційно-логістичних перетворень

Сучасне сільськогосподарське виробництво, а особливо бурякоцукровий підкомплекс, не може ефективно функціонувати в умовах конкуренції без сучасної, економної та високопродуктивної техніки й механізмів для обробітку і збирання сільськогосподарської продукції. Нарощування темпів виробництва вимагає не лише застосування надійних та довговічних засобів виробництва, а і збалансування його з діяльністю бурякоцукрового підкомплексу. На ринку пропонується великий вибір вітчизняної та зарубіжної машинобудівної продукції (зокрема бурякозбиральної техніки та устаткування для цукрових заводів), якій властиві різні характеристики.

Характеристика можливих інноваційно-логістичних засад трансформації підприємств сільськогосподарського машинобудування в контексті взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом відображені на рис. 1.1.

Поряд із вітчизняною технікою на ринку наявні комбайни іноземного виробництва: як нові, так і ті, що були у користуванні. Перед вітчизняними виробниками і покупцями сільськогосподарської техніки стоїть проблема —

як зробити виробництво своєї продукції конкурентоспроможним у контексті Європейського ринку.

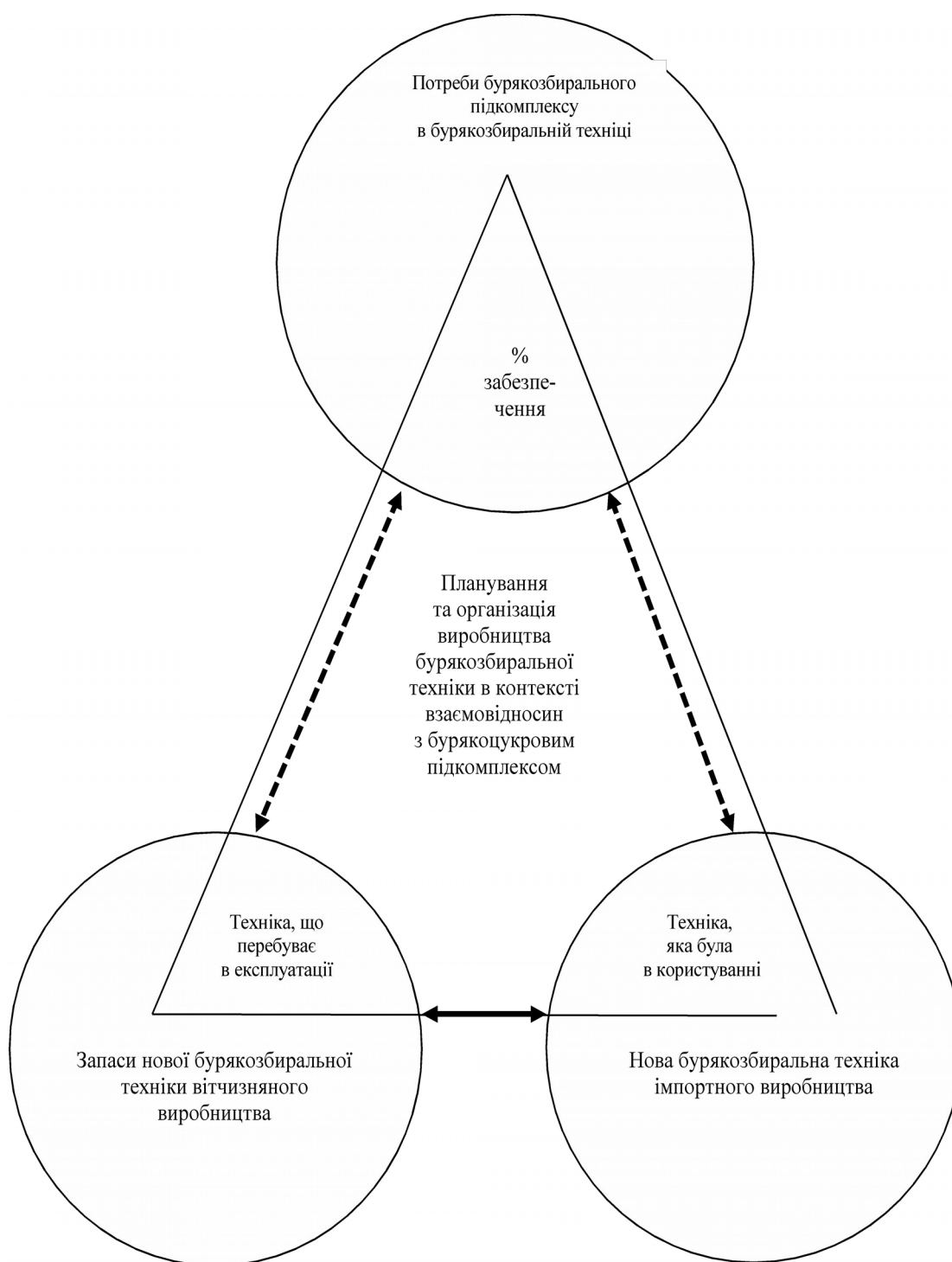


Рис. 1.1. Інноваційно-логістичні засади трансформації підприємств сільськогосподарського машинобудування в контексті взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом

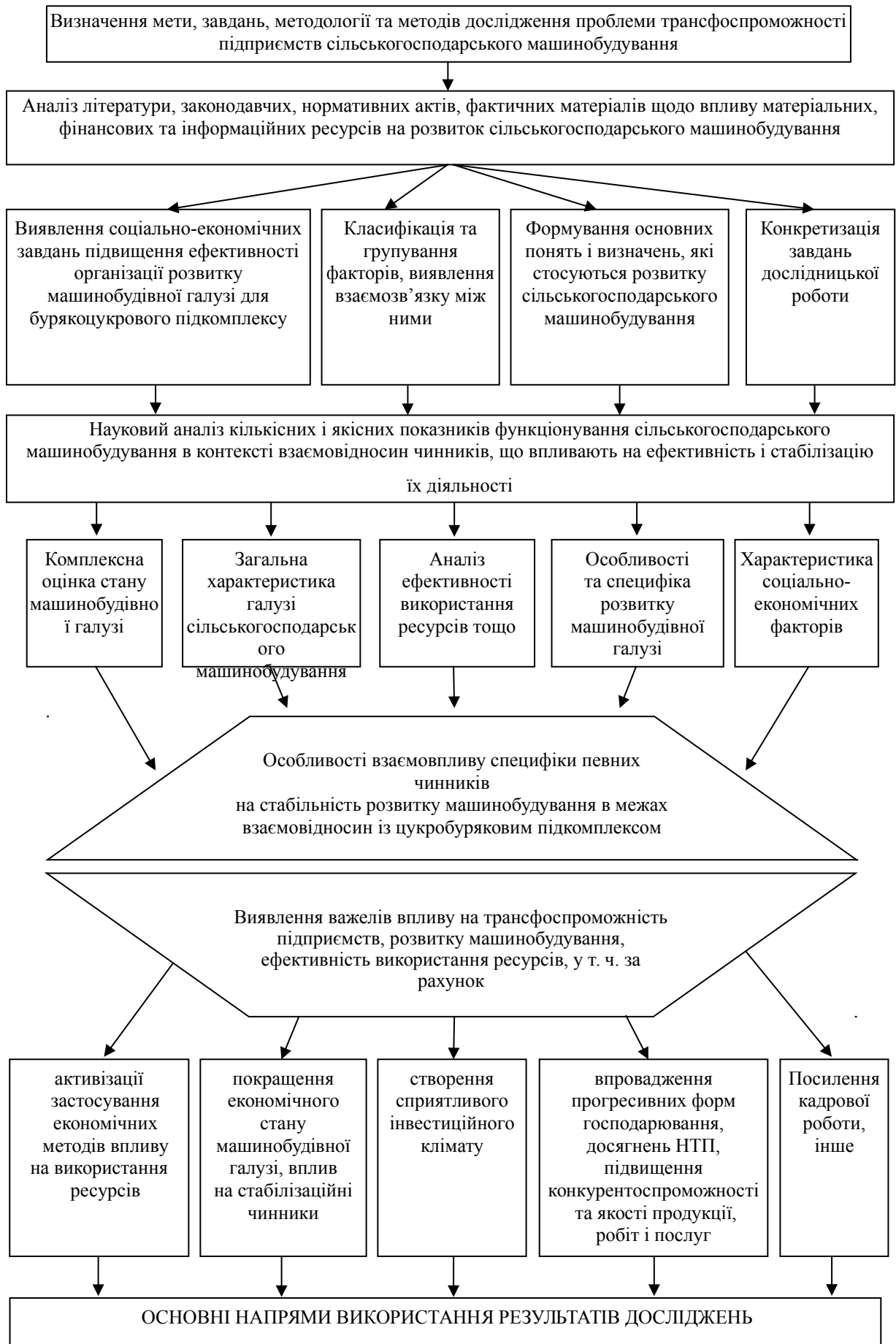
Завданням для виробника є — створення такого комбайна чи агрегата, який би перевершував свої аналоги і повною мірою задовольняв потреби споживача. А перед покупцем стоїть питання: як вибрати з певної кількості сільськогосподарської техніки таку, яка б задовольнила його потреби та створила умови для ефективного господарювання, а отже мала б сильні позиції в конкурентній боротьбі.

Відомо, що сільськогосподарські виробники здійснюють свою діяльність в умовах, наближених до реального функціонування законів ідеального ринку. Це, у свою чергу, означає, що між виробниками сільськогосподарської продукції точиться гостра конкурентна боротьба. Конкуренція вимагає від економічних суб'єктів правильного розуміння не лише таких економічних категорій, як «конкуренція» та «конкурентоспроможність», а й «адаптивно-трансформаційні здатності» відродження підприємств сільськогосподарського машинобудування інноваційно-логістичними засобами з урахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом.

Отож, зважаючи на сказане вище, детальніше розглянемо зазначені категорії, визначимо органічні взаємозв'язки та відмінності між ними.

Конкурентоспроможність як явище в ринковій економіці можна розглядати як поєднання таких складових: власне конкурентоспроможність, її критерії, фактори та розроблені показники. Тому розгляд трансфоспроможності як економічної категорії вимагає всебічного та глибокого теоретичного аналізу, який дозволить ефективно застосовувати ці поняття ринкової економіки на практиці.

Загалом програму дослідження проблеми підвищення трансфоспроможності сільськогосподарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах у контексті бурякоцукрового підкомплексу наведено на рис. 1.2.



Продовження рис. 1.2

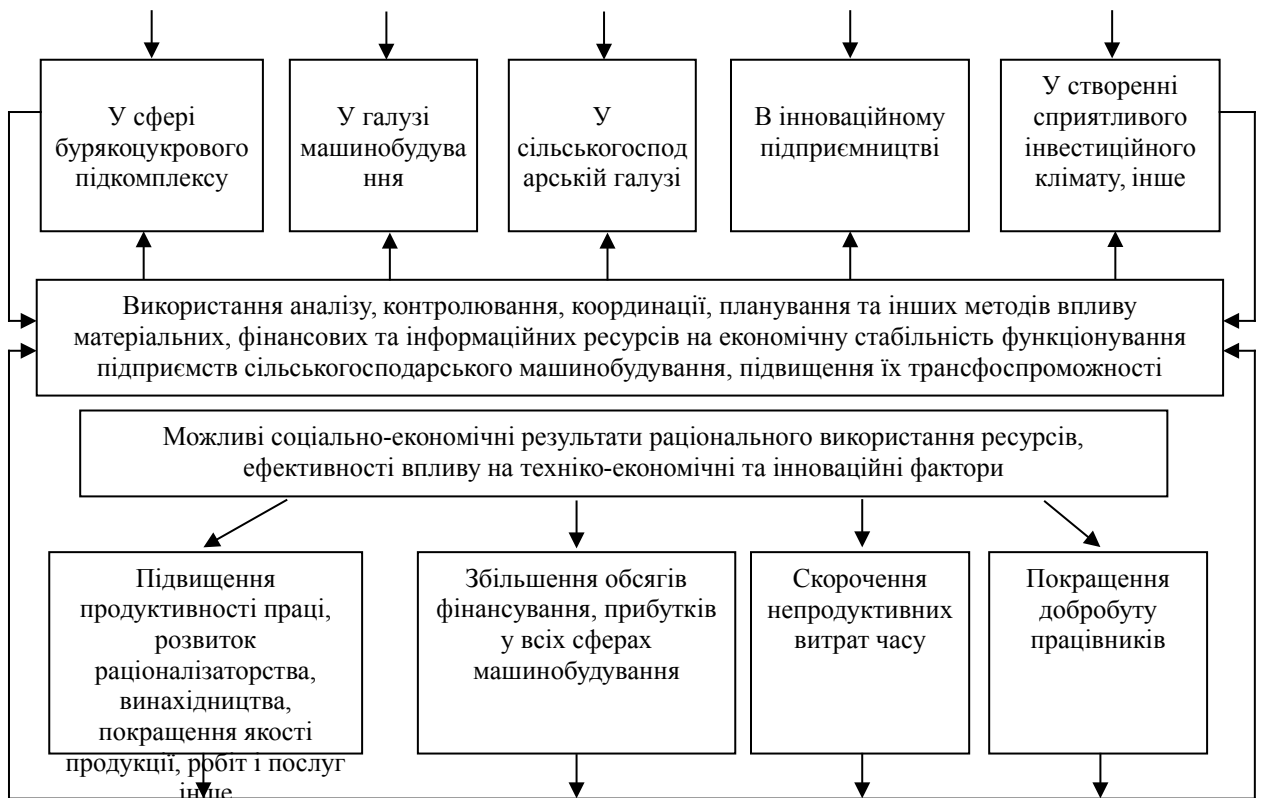


Рис. 1.2. Програма дослідження проблеми підвищення трансфоспроможності сільськогосподарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах у контексті бурякоцукрового підкомплексу

Перед тим як розглядати трансфоспроможність підприємства, ми докладно розглянемо поняття конкуренції як її основи. Проблему конкуренції досліджувало чимало науковців. Одним із перших, хто обґрунтував теорію конкуренції, був А. Сміт. Він визначив, що конкуренція — це суперництво, при якому ціни регулюються залежно від попиту та пропозиції [78]. Тобто конкуренція як суперництво в разі скорочення пропозиції сприяє підвищенню ціни, а при надлишку пропозиції — навпаки. А. Сміт розробив механізм конкуренції, який об'єктивно врівноважує галузеву норму прибутку. Суть механізму зводиться до того, що конкуренція приводить до оптимального розподілу капіталу та праці. Гнучкість і точність механізму конкуренції виражається в тому, що лише мобільні фірми, які миттєво адаптуються і

реагують на будь-які зміни в навколишньому середовищі й випускають якісну та недорогу продукцію, перебувають у найвигіднішому становищі. Дослідник визначив головний принцип конкуренції — принцип «невидимої руки». Він регулює ефективну діяльність та відповідність приватних і суспільних інтересів. «Невидима рука» спрямовує підприємців до мети, яка зовсім не входила до їхніх інтересів. Підприємці, які змушені діяти відповідно до певних «ідеальних» планів розвитку економіки, безжально витісняючи фірми, що виробляють непотрібну продукцію, нерідко більш дієво служать інтересам суспільства. А. Сміт визначив основні умови ефективної конкуренції: 1) велика кількість продавців і покупців; 2) вичерпна інформація про ринок; 3) мобільність використовуваних ресурсів; 4) неспроможність кожного продавця впливати суттєво на зміни ринкової ціни товару [78].

Великий вклад у розвиток теорії конкуренції А. Сміта внесли Д. Рікардо, Д. С. Міль, Дж. Робінсон, Дж. Кейнс, Й. Шумпетер, Ф. А. Хаєк, П. Хейне, К. Макконел, С. Брю, М. Портер, Г. Л. Азоев, Л. Г. Роменський, Д. Ю. Юданов та інші.

Так, П. Хейне вважає, що конкуренція є прагненням якомога краще і повніше відповідати критеріям доступу до рідкісних благ [151].

Й. Шумпетер визначав конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями [159–162].

Ф. А. Хаєк відзначає, що конкуренція — процес, завдяки якому люди здобувають і передають знання [150].

К. Макконел і С. Брю вважають, що конкуренція — це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок та полишати його.

М. Портер зазначає, що конкуренція — динамічний процес, який безперервно змінює економічний ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти [115, с. 118].

Російський учений Ліфіц І. М. зазначає: «Конкуренція — задум чесної

економічної боротьби, у якій за наявності різних шансів у кожної зі сторін перемагає вміліша й заповзятіша» [18].

Саблук П. Т. зазначає, що конкуренція — слово латинського походження і перекладається як «змагання, суперництво». Це явище не виникає автономно. Для створення конкуренції потрібні певні передумови [154].

А. Юданов стверджує, що під ринковою конкуренцією можна розуміти боротьбу фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яка ведеться на доступних сегментах ринку [163]. Крім того, він вважає, що до цього часу вчені ще не дійшли до єдиного визначення поняття «конкуренція». Учений стверджує, що всі визначення цього поняття можна звести до трьох основних: структурного, поведінкового, функціонального.

Структурне визначення конкуренції — це аналіз структури ринку для визначення ступеня свободи продавця і покупця на ринку (форми ринку) і способи виходу з нього.

Поведінкове визначення конкуренції — це боротьба за гроші покупця шляхом задоволення його потреб.

Функціональне визначення конкуренції — це суперництво старого з новим, тобто з інноваціями.

Різноманітні визначення поняття конкуренції переважно не суперечать одне одному, а лише взаємодоповнюються й уточнюються. Хоча кожне окремо взяте визначення не можна розглядати як єдино правильне, тому що воно не повною мірою відповідає вимогам системності й комплексності. Це виражається в тому, що згадані вище автори, характеризуючи окремі ознаки конкуренції, які були встановлені А. Смітом чи й самими авторами, лишають поза увагою суть економічних відносин, що є властивими для неї. Наведенні поняття фокусують увагу лише на економічній системі і не охоплюють конкуренцію серед біологічних та соціальних систем. Ми погоджуємося з визначенням поняття конкуренції, яке запропонував Р. А. Фатхутдінов. Учений вважає, що конкуренція — це процес управління суб'єктом своїми

конкурентними перевагами для отримання перемоги чи досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних чи суб'єктивних потреб у рамках законодавства чи в природних умовах. Конкуренція є рушійною силою розвитку суб'єктів і об'єктів управління [145]. Наведене визначення враховує всі зазначені вище зауваження. Адже процес буває суспільним і особистим, економічним, правовим, соціальним, матеріальним і віртуальним, суб'єктивним і об'єктивним, логічним та емоціональним.

Складовими елементами слова «управління» в понятті «конкуренція» є: пошук, розробка, підтримка, використання, розвиток, відмирання конкурентної переваги.

«Суб'єктами» в понятті «конкуренція» є соціальні, виробничі чи біологічні системи.

Конкурентні переваги суб'єктів можуть бути спадковими, конструктивними, технологічними, інформаційними, кваліфікаційними, управлінськими, природно-кліматичними тощо.

Цілями системи можуть бути: здійснення місії організації; перемогу в спортивних змаганнях чи творчих конкурсах на конкретному ринку з конкретним товаром; досягнення за рахунок зовнішнього чи внутрішнього розвитку або поглинання конкурента якого-небудь визначеного стану чи рівня; підтримання досягнутого рівня; виживання тощо.

Потреби можуть бути: об'єктивні (закладені природою чи суспільством) чи суб'єктивні (закладені суб'єктом управління чи твариною); первинними і вторинними; минулими, теперішніми чи майбутніми; глобальними і особистими; позитивними і негативними; індивідуальними чи суспільними.

У систему законодавства входять: конкурентне право, екологічне право, цивільний кодекс, податкова система, митна система, трудове право тощо.

Між конкуренцією і конкурентоспроможністю є тісний зв'язок. Ще Д. Рікардо стосовно конкурентоспроможності казав: «Коли говоримо про предмет споживання, його мінову вартість і закони, що регулюють ціну, то

маємо на увазі товар, на виробництво якого великою мірою впливає конкуренція» [125].

М. Ліфіц зазначає: «Є діалектичний зв'язок між конкуренцією та конкурентоспроможністю — одне впливає з іншого» [97]. Природно, що категорії «конкуренція» і «конкурентоспроможність» мають належати до фіксованого періоду часу і до конкретного ринку. В розглядуваних умовах зв'язок між конкуренцією та трансфоспроможністю підприємств можна уявити, як це показано на рис. 1.3.

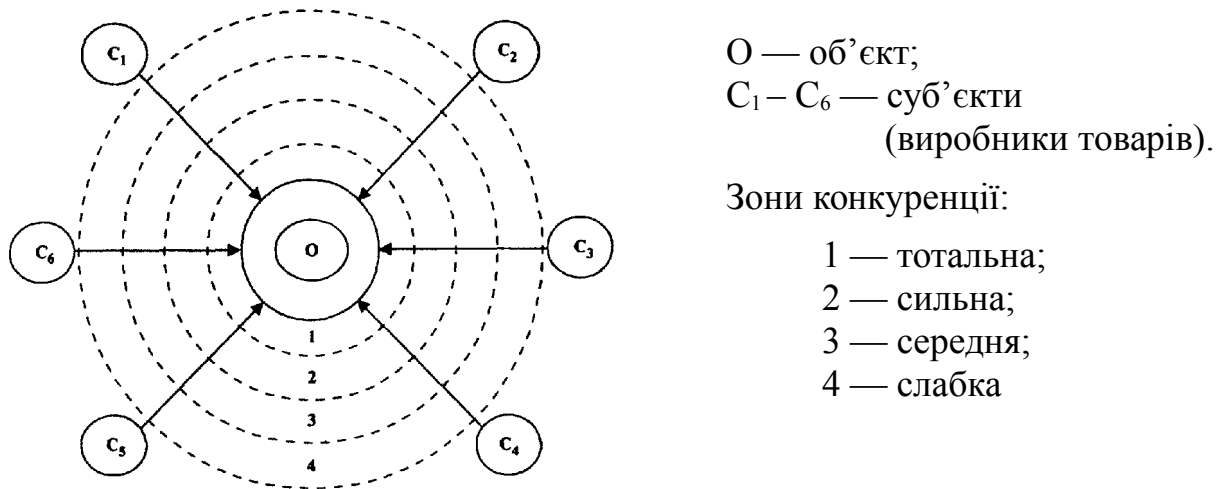


Рис. 1.3. Схема взаємозв'язків між конкуренцією і трансфоспроможністю на основі променевої моделі конкуренції

Щоб проаналізувати поняття конкурентоспроможності, необхідно визначити її місце серед інших понять. Аналіз літературних джерел свідчить, що немає єдиного визначення конкурентоспроможності, а тим більше — єдиного підходу при визначенні цього поняття.

Це спричинене тим, що конкурентоспроможність має свої особливості серед інших економічних категорій, які важко структурувати й узгодити. Адже конкурентоспроможність стосується таких запитань: «Як і чому в конкурентній боротьбі одні фірми витісняють інші зі "своїх" ринкових сегментів?», «Чим визначається цінність товару для споживача?», «Яку суму грошей споживач готовий віддати за товар, а не скільки він коштує?». Ці запитання стосуються більше психології, ніж економіки. Використання

прийомів класичної теорії граничної корисності для реального застосування не дає позитивних результатів, тому що для оцінки цінності товару для споживачів ця теорія застосовує штучні одиниці корисності — блага, які реально не піддаються виміру.

Із цього випливає, що конкурентоспроможність охоплює перелік питань, які розглядають такі наукові дисципліни, як кваліметрія і маркетинг. Кваліметрія є технічною дисципліною, а маркетинг — економічною. У зв'язку з цим необхідно враховувати специфіку аналізу теоретичного та прикладного апарату, який використовують ці дві наукові течії. Перед ними постає вирішення ряду питань: 1) вивчення потреб покупців продукції; 2) вивчення ринку з метою збору інформації про умови збуту продукції та конкурентів; 3) формування такої моделі, у тому числі і факторів, що впливають на конкурентоспроможність, і визначення їх взаємозв'язків; 4) розробка єдиних показників якості та формування загальних підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції, які б могли використовувати, як споживачі, так і продавці; 5) який рівень конкурентоспроможності продукції забезпечить заданий обсяг прибутку та необхідну частку ринку.

Щоб глибоко і всебічно розкрити поняття трансфоспроможність, необхідно розглянути її відносно носіїв, тобто об'єктів конкурентоспроможності.

Професор Швиданенко О. А. зауважує: «Конкурентоспроможність можна розглядати стосовно найрізноманітніших об'єктів: проектно-конструкторської документації, технології виробництва продукції, окремого проекту, окремої фірми, галузі, регіону, країни в цілому» [157, с. 91].

Конкурентоспроможність — категорія не стандартизована, тому головною ознакою систематизації є об'єкт конкурентоспроможності.

За об'єктом трансфоспроможність поділяється на конкурентоспроможність товару, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі, конкурентоспроможність країни.

Як вважає Дацій О. І., конкурентоспроможність товару встановлюють

за такими основними визначеннями: по-перше, під конкурентоспроможністю розуміють ступінь відповідності певного товару в кожний момент часу вимогам обраного ринку за технічними, економічними й іншими характеристиками; по-друге, комплекс факторів, що відбивають як техніко-економічні характеристики продукції, так і умови її реалізації; по-третє, під конкурентоспроможністю товару розуміється розподіл попиту між останнім і іншими існуючими на ринку товарами [38].

На підтвердження цих визначень ми наведемо найвідоміші вислови вчених.

Сфременко Д. В. вважає, що конкурентоспроможність товару — це здатність продукції бути більш привабливою для споживача (покупця) порівняно з іншими виробами аналогічного виду і призначення завдяки кращій відповідності якісних і кількісних характеристик вимогам даного ринку і споживчим оцінкам [56].

А. Н. Литвиненко і А. М. Татьянченко констатують, що конкурентоспроможність товару — характеристика товару, яка відображає його відмінність від товару конкурента як за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратам на її задоволення [96].

Литвинюк В. А. поєднує два аспекти і визначає конкурентоспроможність як властивість суб'єкта, який володіє відповідною часткою релевантного ринку, що характеризує ступінь відповідності техніко-функціональних, економічних, організаційних і інших характеристик об'єкта вимогам споживача, визначає частку ринку на користь інших об'єктів [56].

Як видно з вище сказаного, конкурентоспроможність товару автори розглядають з різних сторін і не претендують на єдино правильне визначення. Це пояснюється тим, що при визначенні конкурентоспроможності товару кожен із учених керувався своїми цілями, для досягнення яких було необхідно розглядати поняття «конкурентоспроможність товару» саме під таким кутом зору.

Певні автори, розглядаючи конкурентоспроможність ототожнювали її

чи зводили до якості. Погляди таких авторів ґрунтуються на положеннях класичної теорії граничної користі, яка так і не змогла оцінити корисність товару для споживача. Ця проблема була вирішена американським економістом М. Портером, який ввів поняття цінності товару для споживача. Суть даного поняття зводиться до того, що цінність будь-якого товару залежить від розміру прибутку, який принесе його використання. А прибуток піддається реальному визначенню і може бути кількісно вираженим.

Отже, конкурентоспроможність товару в контексті трансформованості підприємства, пропорційна до неоплаченої (чи отриманої покупцем безкоштовно) частини споживчої цінності товару. У кожного конкурентоспроможного товару ціна реалізації нижча споживчої цінності. Для постачальника вона відповідає «запасу конкурентоспроможності» його продукції. При цьому споживач однозначно зацікавлений у тому, щоб неоплачена ним сума була якомога більшою. Ставлення ж постачальника до цієї величини двояке. З однієї сторони він виграє від її великих розмірів: значний запас конкурентоспроможності гарантує, що буде куплений саме його товар. З другої сторони, підвищуючи продажну ціну, знижуючи запас конкурентоспроможності, він безпосередньо збільшує свій прибуток.

Підхід М. Портера дозволив кількісно визначити якісні характеристики товару і ввести поняття споживчої цінності та відійти від розпливчатого поняття якості [115].

Крім того, було підкреслено двояку природу конкурентоспроможності, як різницю між продажною ціною і споживчою цінністю товару.

Таким чином, поняття «якість», «конкурентоспроможність» та «трансформованість» не можна ототожнювати з певних причин. Розглянемо їх.

По-перше, якість виявляється на всіх стадіях (проекування, виробництва та в процесі споживання продукції), а конкурентоспроможність — лише в ринкових умовах (у процесі купівлі-продажу). Якщо навіть проведений аналіз якості відносно чинних методик і нормативних

документів не дасть оцінки конкурентоспроможності продукції. Адже все залежить від реакції покупця, який приймає рішення про покупку. У процесі прийняття рішення покупець буде використовувати саме різницю між споживчою цінністю і продажною ціною. Тобто якість проявляється в сфері споживання, а конкурентоспроможність у сфері обміну.

По-друге, при визначенні якості беруться всі властивості продукції, які здатні задовольнити потребу, а при визначенні конкурентоспроможності лише ті, які реально можуть чи представляють інтерес для споживача. Часто різні якісні характеристики товару залишають байдужим до них споживача, тому, що вони не приносять їм бажаного ефекту.

По-третє, завдяки тому, що конкурентоспроможність містить у собі подвійну природу, з'являється можливість порівнювати між собою різноманітні об'єкти, які мають не лише різне призначення та сферу застосування, а й навіть базові технологічні і конструктивні особливості. А при оцінці якості товару це зробити неможливо. Тим більше, що навіть важко добрати базу для порівняння (для оцінки конкурентоспроможності вистачить порівняти товар з його аналогом чи зіставити його з потребами споживача).

Отже, поняття «конкурентоспроможність товару» є ширшим, ніж поняття «якість товару». Визначення конкурентоспроможності вимагає застосовувати технічні, технологічні, економічні, маркетингові підходи та враховувати різні параметри.

Як зазначають фахівці, конкурентоспроможність товару може бути охарактеризована трьома групами параметрів: 1) показники, що відбивають корисність (рівень якості, економічний ефект від використання продукції, тощо); 2) показники, що визначають витрати споживача, які пов'язані із задоволенням його потреб за допомогою певного виробу (витрати на виробниче споживання, на ремонт та технічне обслуговування тощо); 3) показники, що характеризують комплекс умов продажу товару покупцеві (умови постачання і розрахунків, упакування, сервісне обслуговування, канали збуту тощо).

Перша і друга групи параметрів належать найперше до споживчих властивостей товару, а остання — до процесу просування продукції на ринок.

Поряд із зазначеною класифікацією, параметри трансфоспроможності можна поділити на економічні, нормативні, технологічні.

Економічні — це параметри, що визначають рівень витрат покупця на купівлю, споживання й утилізацію, тобто ціна споживання.

Нормативні — це параметри, що показують ступінь відповідності продукції стандартам, технічним умовам, законодавству.

Технологічні параметри — це параметри, що визначають технологічну властивість виробництва та галузь його застосування, надійність, довговічність, потужність тощо.

За допомогою такої класифікації важко визначити, які параметри можуть виступати як критерій конкурентоспроможності, а які — факторами, що впливають на ці критерії. У зв'язку із цим ми використовуватимемо класифікацію, яку запропонував І. М. Ліфіц. Учений поділяє параметри конкурентоспроможності товару на критерії та фактори. Суть такої класифікації полягає в тому, що ту саму характеристику товару можна розглядати під різним кутом зору різних суб'єктів ринку. Вона може виступати як фактором, так і критерієм конкурентоспроможності товару. Тому Ліфіц стверджує, що критерій конкурентоспроможності підприємства слід розглядати як фактор конкурентоспроможності товару, що оцінюється з позиції споживача [97].

До критеріїв конкурентоспроможності товару належать: рівень якості товару та його стабільність; рівень новизни товару; імідж товару; ціна споживання.

До факторів трансфоспроможності машинобудівних підприємств належать: виробничі, ринкові, збутові, сервісні сировинні інші.

Таким чином, урахувавши всі тези, наведені вище, можна дійти висновку: конкурентоспроможність товару — властивість об'єкта, який володіє певною часткою ринку в конкретний час і в конкретних умовах, що

характеризує ступінь відповідності якісних характеристик товару на задоволення відповідних потреб споживача та створює умови, які перерозподіляють ринок на користь даного об'єкта.

Конкурентоспроможність є мірою привабливості для споживача, яка визначається найрізноманітнішими та навіть суперечливими вимогами. Тобто кожен споживач чи вся група споживачів надають перевагу при купівлі лише тому товару, який може краще задовольнити особисті чи групові потреби, ніж товар-конкурент.

Конкурентоспроможність товару залежить як від ринкової ціни, так і від витрат на задоволення потреби. При задоволенні своєї потреби покупець платить не лише за товар у момент купівлі. Якщо цей товар є складною конструкцією, засобом виробництва, то споживач має ще й заплатити за транспортування, встановлення та запуск (якщо це засоби виробництва), вкладати кошти під час експлуатації, платити за паливо, запасні частини, мастильні матеріали, техогляд, ремонт, оплачувати працю обслуговуючого персоналу. Витрати, які пов'язані зі споживанням, називають ціною споживання. На практиці, купуючи товар, надають перевагу такій продукції, яка має нижчу ціну споживання, а менше беруть до уваги те, що продажна ціна вища, ніж у конкурентів. Наприклад, у загальних витратах, які несе споживач при купівлі та експлуатації, продажна ціна для транспорту не перевищує 20%, вантажного автомобіля — 15%, магістрального літака — 10–12%, побутового холодильника — 10%.

Трансфоспроможність вітчизняних машинобудівних підприємств розглядають як можливість їх адаптації до вимог стандартів європейського ринку. Іншими словами, трансфоспроможність є поняттям відносним.

Трансфоспроможність підприємств залежить від життєвого циклу, на стадії якого перебуває в певний час виробництво. Підприємство-виробник має завжди стежити за змінами, які відбуваються на ринку, — не лише за винаходами, а й сировинною базою, попитом тощо, оскільки поява нового і принципово іншого товару може призвести до різкого падіння

конкурентоспроможності. У зв'язку із цим підприємство має чітко відстежувати тенденцію початку падіння конкурентоспроможності і вчасно здійснювати відповідні застережні заходи (перейти на іншу нішу ринку, модернізувати чи взагалі припинити виробництво). Крім того, новий товар повинен виходити на ринок лише тоді, коли «старий» товар чи товар конкурента вичерпав усі можливості підтримки власної конкурентоспроможності. Адже новий товар з моменту виходу на ринок починає поступово втрачати свій потенціал конкурентоспроможності, отож його вихід та перебування на ринку має бути забезпечено протягом якнайдовшого періоду.

Товар є конкурентоспроможним лише тоді, коли він володіє якоюсь часткою ринку, що перебуває в неврівноваженому стані.

Конкурентоспроможність проявляється на момент обміну (реалізації) товару в конкретний час із урахуванням конкретних часових змін ринкової кон'юнктури.

Конкурентоспроможність товару визначається лише тими характеристиками, які є важливими для споживача. Товар може володіти й іншими характеристиками, які виходять за рамки важливості для споживача в певних умовах. Тому, оцінюючи конкурентоспроможність товару, беруть до уваги лише ті характеристики, які виражають конкретні інтереси споживача. Нерідко можна спостерігати ситуацію, коли товар за якісними характеристиками перемажав норми й стандарти якості, що були встановлені державою і конкурентами, але це не підвищувало його конкурентоспроможність. Адже підвищення і підтримка якості тягне за собою додаткові витрати і призводить до підвищення ціни. У свою чергу, ці характеристики, з точки зору споживача, не приносили суттєвої вигоди і вважалися неважливими.

Поняття «трансфоспроможність товару» і «трансфоспроможність фірми» тісно пов'язані між собою, оскільки фірма здатна лише тоді ефективно працювати, коли вона виробляє й реалізує конкурентоспроможний

товар. Підприємству важко втримати свої позиції на ринку, якщо його продукція не є конкурентоспроможною. Крім того, підприємство, яке реалізує неконкурентоспроможний товар несе додаткові витрати, що пов'язані зі збутом продукції (просування товару, додаткові витрати на його зберігання, реалізація за демпінговими цінами).

У покупця, який споживає високоякісний товар за прийнятну ціну, складається позитивна думка про підприємство, що його виробляє. Тобто створюється позитивний імідж фірми. У випадку, коли таке підприємство виробляє широкий асортимент продукції, що стосується різних сфер споживання, споживач, не вагаючись, купуватиме товари лише цієї фірми.

Проте трансфоспроможність підприємства не обмежується лише конкурентоспроможністю товару. Слід зауважити, що конкурентоспроможність продукції виступає необхідною, але не достатньою умовою конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність товару є наріжним каменем надійних конкурентних позицій будь-якого виробника.

Причина незадоволеності ринку полягає в істотних відмінностях між конкурентоспроможністю товару трансфоспроможних підприємств:

- 1) перелік характеристик, які оцінюють конкурентоспроможність підприємства виходить за рамки тих характеристик, що визначають конкурентоспроможність товару (до них належать: ліквідність, ділова активність, оборотність, прибутковість);
- 2) при визначенні конкурентоспроможності товару і конкурентоспроможності підприємства не збігається період оціночного часу, оскільки оцінка конкурентоспроможності товару здійснюється в значно меншому, з економічної точки зору, періоді часу, а для оцінки конкурентних позицій фірми необхідний значно більший період часу;
- 3) життєвий цикл конкурентоспроможності товару не збігається із життєвим циклом конкурентоспроможності підприємства.

Крім того, підприємство, яке є трансфоспроможним може випускати товар, що знаходиться на заключній стадії свого життєвого циклу. Але показники економічної діяльності підприємства повністю забезпечують його

становище серед конкурентів. Крім того, підприємство виробляючи широкий асортимент продукції компенсує зниження конкурентоспроможності одного товару кращою конкурентоспроможністю іншого. В історії є випадки коли підприємство знаходилося вже на стадії спаду виробляло продукцію, що знаходилася на початкових стадіях конкурентоспроможності.

Після того як ми встановили зв'язок і істотні відмінності між конкурентоспроможністю товару і трансфоспроможністю підприємства, можна зосередитися на визначенні поняття «конкурентоспроможність підприємства».

Так само, як при визначенні понять «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність товару», так і при визначенні поняття «трансфоспроможність підприємства» в науковців єдиної думки не сформовано. Проте можна відзначити певні важливі тенденції.

М. Портер вважає, що фірми зможуть обійти своїх конкурентів лише тоді, коли володіють конкурентними перевагами. Конкурентна перевага складається з двох основних елементів: більш низькі витрати, диференціація товарів [115].

Нижчі, ніж у конкурентів витрати, свідчать про те, що фірма найкраще здатна розробляти, виробляти і продавати свій товар на певному ринку.

Диференціація — це здатність продавця за допомогою кращої якості чи інших споживчих властивостей, сервісу забезпечити споживача більшою цінністю.

Інші вчені вважають, що конкурентоспроможність підприємства — здатність підтримувати стійкі позиції на ринку, функціонувати прибутково, бути привабливим для інвесторів, заслуговувати добрий імідж серед споживачів і різноманітних суб'єктів господарювання.

Таким чином, трансфоспроможність підприємства є комплексною характеристикою потенційних можливостей забезпечення конкурентних переваг. Джерелами конкурентних переваг є прогресивна організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, уміння на

інноваційно-логістичних засадах аналізувати і своєчасно вживати заходів із закріплення конкурентних переваг. Останнє варто відзначити особливо, тому що аналіз і оцінка рівня трансфоспроможності підприємства необхідні на всіх стадіях виробничого процесу (життєвого циклу підприємства).

Конкурентоспроможність країни, як зазначає «Комісія із промислової конкурентоспроможності при Президентіві США» — це ступінь можливості країни в умовах вільного і справедливого ринку виробляти товари та послуги, які відповідають умовам світових ринків при одночасному зберіганні й збільшенні реальних доходів своїх громадян.

Хоча М. Портер вважає, що поняття «конкурентоспроможність країни» не має великого самостійного значення, проте в його основу закладена головна мета країни — забезпечити громадянам високий рівень життя за допомогою ефективного використання факторів виробництва (ресурсів) [115].

Учений вводить для визначення конкурентоспроможності країни набір детермінантів, так званий «національний ромб». Він складається із чотирьох компонентів: 1) факторні умови, тобто фактори (інфраструктура, робоча сила тощо), які потрібні для успішної конкуренції в певній галузі; 2) умови попиту, тобто який є попит на продукцію, що пропонує певна галузь на внутрішньому ринку; 3) споріднені й підтримуючі галузі — наявність конкурентоспроможних на міжнародному ринку споріднених і підтримуючих галузей чи їхня відсутність; 4) стратегія фірми, її структура та конкуренти — характер конкуренції на внутрішньому ринку, умови створення і функціонування фірми.

Крім того, М. Портер додатково вводить ще дві змінні: випадкові події, на які керівництво фірми не може вплинути, та державна політика.

Суть підходу М. Портера можна звести до того, що національна конкурентоспроможність визначається здатністю промисловості постійно розвиватись і проводити інновації. Спочатку національні компанії добиваються конкурентних переваг і отримують їх за допомогою постійного удосконалення товару, способу виробництва і інших факторів. Процес

здобуття і підтримання переваг має відбуватися краще і ефективніше ніж у конкурентів.

Міжнародні економічні організації Світовий банк і Всесвітній економічний форум оцінюють конкурентоспроможність країни за допомогою більше ніж 300 критеріїв та виділяє набір факторів.

Таким чином, визначивши поняття «конкурентоспроможність» за її об'єктами, спробуємо визначити, що передбачає поняття «трансформоспроможність».

Так, форуми з проблем управління (як європейські, так і всесвітні) неодноразово зазначали, що конкурентоспроможність — це реальні й потенційні можливості фірм проектувати, виробляти й збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками привабливіші для споживача, ніж товари фірм-конкурентів.

Видатний економіст П. Самуельсон зазначає: «Конкурентоспроможність — це змагальницька здатність здійснювати свою діяльність в умовах ринкових відносин і отримувати при цьому прибуток, що достатній для науково-технічного покращення виробництва, стимулювання і підтримки працівників (їхньої роботи) на високому якісному рівні» [132].

Завілін П. Н., указуючи на необхідність термінологічної регламентації, зводить визначення конкурентоспроможності як економічної категорії до дефініції якості, хоча й зазначає, що ця проблематика виходить за межі кваліметрії. Крім того, автор виводить набір факторів, які необхідно враховувати при визначенні конкурентоспроможності [63].

По-перше, необхідна кількісна оцінка економічних об'єктів, що є носіями властивості «конкурентоспроможність». Без цього підтримка рівня конкурентоспроможності, його підвищення має суб'єктивний характер.

По-друге, універсальне загальноприйняте поняття «конкурентоспроможність» не сформульоване.

По-третє, до основних параметрів, які визначають рівень конкурентоспроможності, належать багат шаровість, відносність і

конкретність.

По-четверте, співставлення економічних об'єктів у процесі порівняльного аналізу конкурентоспроможності має задовольняти вимоги повноти і конкретності [56].

Азоев Г. Л. констатує, що конкурентоспроможність і якість нерідко трактуються як синоніми, хоча в кінцевому рахунку він зводить конкурентоспроможність до кваліметрії. Конкурентоспроможність Г. Азоев розглядає як співвідношення затрат, що поніс покупець, до результату, який досяг покупець при використанні певного виробу [3].

Р. А. Фатхудінов зазначає, що конкурентоспроможність — це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенціального задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на певному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на певному ринку. Далі вчений розвиває думку: «Конкурентоспроможність об'єкта визначається за відношенням до конкретного ринку чи до конкретної групи споживачів, яка формується за відповідними ознаками стратегічної сегментації ринку. Якщо не вказаний ринок, на якому діє конкурентоспроможний об'єкт, це означає, що цей об'єкт у конкретний час є кращим світовим зразком. В умовах ринкових відносин конкурентоспроможність характеризує ступінь розвитку суспільства» [145].

Недоліком даного визначення є те, що вчений до об'єктів, яким притаманна конкурентоспроможність, відніс поряд з продукцією науково-методичну документацію, нормативні акти, персонал («робітник», «спеціаліст», «менеджер»), інформацію. Їх ототожнювати не можна. Адже ці об'єкти є настільки різнобічні за своєю фізичною та функціональною природою. Тим більше, що для визначення конкурентоспроможності кожного окремого об'єкта, потрібний різний підхід і уточнення.

Деякі автори встановлюють ієрархічні відносини між конкурентоспроможністю та інвестиційною привабливістю. При цьому не розглядають

такі співвідношення економічних категорій, як прибуток, ефективність з інвестиційною привабливістю. Адже забезпечення конкурентоспроможності й ефективності з методологічної точки зору є різними проблемами, які мають самостійне практичне і теоретичне значення та вирішення.

Найбільш комплексно й повно охарактеризував конкурентоспроможність Р. А. Фатхутдинов. Учений стверджує, що конкурентоспроможність як узагальнена економічна категорія характеризує економічну ситуацію, включаючи проектні, виробничі, розподільчі та споживчі аспекти результатів економічної діяльності. Конкурентоспроможність властива всім елементам економічної системи, однак проявляється в ситуації конфлікту, результатом якого має стати перерозподіл ринку. Конкурентоспроможність — це здатність об'єкта, що володіє визначеною часткою відповідного релевантного ринку, яка характеризує ступінь відповідності техніко-функціональних, економічних, організаційних та інших характеристик об'єкта вимогам споживачів, визначає частку ринку, що належить даному об'єктові й перешкоджає перерозподілу цього ринку на користь інших об'єктів [145].

Аналізуючи всі перелічені вище твердження можна зробити висновок, що конкурентоспроможними є ті об'єкти, які задовольняють потреби споживача й здатні працювати ефективно. Із цього випливає, що аналіз конкурентоспроможності активних суб'єктів і конкурентоспроможності товару мало чим відрізняється. Це підтверджують такі вчені, як Кравченко Д. І., Хоменко Г. М. Вони вважають, що конкурентоспроможність — це один з термінів, який широко вживається в сучасних економічних розробках. Одночасно ця категорія традиційно розглядається з позиції товару, тобто йдеться про конкурентоспроможність продукції [90;152].

У свою чергу, трансфоспроможність — це здатність об'єкта, що володіє визначеною часткою відповідного релевантного ринку, яка характеризує ступінь відповідності інноваційно-логістичних техніко-функціональних, економічних, організаційних й інших характеристик об'єкта вимогам

споживачів, визначає частку ринку, що належить даному об'єктові й перешкоджає перерозподілу цього ринку на користь інших об'єктів. У свою чергу, розробка теоретичних і методичних положень, а також практичних рекомендацій щодо впровадження організаційно-економічних механізмів виявлення та підвищення рівня адаптивнотрансформаційних здатностей відродження підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах із врахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом є одним із напрямів її відродження.

Створення умов для оптимального розвитку науково-технічного потенціалу національної економіки стає одним із найважливіших принципів формування системи і механізму управління інноваційної політики та логістичних засад їх функціонування. За великої різноманітності національних підходів до економіки всі країни прагнуть до розробки і реалізації державної інноваційної політики.

Механізм створення та поширення нововведень передбачає три загальні складові:

- систему державної підтримки фундаментальних і пошукових досліджень;
- різноманітні форми та джерела фінансування й непрямого стимулювання досліджень;
- максимальне стимулювання малого інноваційного підприємництва та його підтримку.

Держава, створюючи умови для реалізації інноваційної політики, впливає на розвиток не лише державного, а й приватного секторів інноваційної діяльності.

Сучасне високо розвинуте суспільство стимулює розвиток технологій, що ґрунтуються на новітніх досягненнях науки. Найважливішим завданням є вироблення стратегії, яка забезпечує можливість гнучкої зміни пропорцій між темпами розвитку наукового, технічного і виробничого потенціалів. Створення такої системи взаємодії всіх учасників циклу, що забезпечує

науково-технічний прогрес, є головним завданням інноваційної політики держави. Остання визначена комплексом народногосподарських підходів і рішень, що враховують головні напрями діяльності щодо нововведень, пов'язані з науково-технічним прогресом, оновленням основних фондів, удосконаленням управління, організації виробництва і праці, економіки тощо.

Інноваційна політика держави та логістика спрямовані на господарське використання науково-технічного потенціалу, на зміцнення внутрішніх зв'язків у науково-технічному комплексі. Формування інноваційної політики пов'язане, насамперед, з переорієнтацією системи державного регулювання на всебічне заохочення підприємництва, приватної ініціативи.

Набір методів і засобів державної інноваційної політики досить широкий. До них належать різні державні заходи, які стимулюють інноваційну активність бізнесу; коригування податкового, патентно-ліцензійного законодавства; амортизаційні відрахування; розвиток теми контрактних взаємовідносин; антитрестовське законодавство; різні форми підтримки міжорганізаційної кооперації та малого інноваційного бізнесу.

У ринковій економіці створюється адекватний її вимогам механізм НТП, основними рисами якого є високий ступінь свободи вибору напряму наукових досліджень і впровадження у виробництво їх досягнень; прийняття на себе науковими установами, підприємствами ризику від можливих негативних економічних результатів у процесі наукових розробок та їх реалізації в практику; конкуренція між розробниками у виборі наукових підходів, шляхів і методів розв'язання народногосподарських і соціальних проблем; децентралізований характер формування політики здійснення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), відповідно до якого весь інноваційний цикл відбувається в поєднанні приватно-підприємницької діяльності підприємств у галузі НТП з державною діяльністю. Остання здійснюється шляхом створення і фінансування державних програм науково-технічного прогресу.

За сучасних умов побудови соціально орієнтованої ринкової економіки механізм має стати органічною складовою ринкового механізму, стимулювати виробників науково-технічної продукції та її споживачів, забезпечувати продукування конкурентоспроможних на світовому ринку результатів НДДКР.

Як переконує досвід розвинутих країн Заходу, всі ланки НТП в ринковій економіці мають бути орієнтовані на споживання. Саме на споживчому ринку досягнення науково-технічного прогресу знаходять найповніше втілення, оскільки вони соціально орієнтовані в напрямі забезпечення позитивних змін в інтенсивності праці, підвищення реальних доходів працівників і дієвості управління виробництвом, створення сприятливих умов роботи і відпочинку членів трудового колективу, підвищення праці. Розвиток НТП неможливий в умовах сильної інфляції й гіперінфляції, оскільки за таких обставин стають неприйнятними не лише великі, а й нерідко навіть незначні інвестиційні проекти. Сучасна інформаційна інфраструктура — одна з важливіших ланок НТП, без достатнього рівня розвитку якої гальмуватиметься розвиток ринкової економіки, освіти і власне науки, її подальше розширене відтворення.

За своєю суттю Державна науково-технічна політика (ДНТП) у сфері АПК — багатогранне інтегруюче явище, яке об'єднує різноманітні за характером види діяльності держави, спрямовані на досягнення головних цілей науково-технологічного розвитку галузі.

Державна програма наукового забезпечення АПК України, яка б визначала цілі, план заходів з їх досягненням та необхідне ресурсне забезпечення має стати основною формою реалізації ДНТП на галузевому рівні. Міністерство аграрної політики і продовольства України як вищий галузевий орган управління в системі виконавчої влади несе відповідальність за здійснення ДНТП у сфері АПК.

Одне з головних завдань держави, на думку П. Самуельсона, полягає в тому, щоб робити для людей те, що їм потрібно, що самі вони зробити не

можуть узагалі або ж належним чином [132]. Цей аргумент наводиться часто у тих випадках, якщо необхідно обґрунтувати участь держави у фінансуванні напрямів НДДКР, які не можуть підтримуватися приватними інституціями. Щодо аграрної сфери, то це стосується, насамперед, фундаментальних і певних прикладних наукових досліджень. Таким чином, джерела фінансування аграрних НДДКР можуть бути як державними, так і недержавними.

За методологією UNESCO, національні витрати на наукові дослідження і розробки розраховують як суму поточних і капітальних витрат усіх національних наукових закладів.

Нормативний підхід дозволяє обґрунтувати величину національних витрат на аграрні наукові дослідження й розробки двома способами: виходячи з чинних законодавчо-правових актів і використовуючи показник від досягнутого рівня. Законом України «Про наукову і науково-технічну діяльність», починаючи з 2000 р. встановлено розмір бюджетного фінансування цих діяльностей на рівні не менше, ніж 1,7% ВВП, а Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України передбачає його збільшення до 2,5%. Таке рішення цілком справедливе оскільки воно сприятиме зростанню економіки АПК [69; 116].

Національні витрати на НДДКР в АПК повинні досягти 2,83% від валової доданої вартості при існуючому співвідношенні бюджетного і не бюджетного фінансування аграрної науки (0,6:0,4). У 2009 році бюджетні витрати на фінансування аграрної науки становили лише 0,39% від валової доданої вартості, створеної в аграрному секторі, що в 4,36 рази менше, ніж встановлено чинним законодавством.

Західні країни в умовах стабільного розвитку економіки практикують визначення витрат на аграрні НДДКР від досягнутого рівня. Наприклад, у США державні асигнування на фінансування програм з аграрних досліджень щорічно збільшуються на 5%, у Німеччині — на 3%.

Для досягнення конкурентоспроможності продукції та трансфоспроможності машинобудівного підприємства на внутрішньому і світовому ринках особливо актуальною стає проблема переведення аграрної економіки на інноваційну модель розвитку, її розв'язання значною мірою забезпечуватиме створення спеціальних інноваційних структур, головним завданням яких є сприяння розвитку інновацій, їх поширенню і впровадженню у виробництво. В Україні уже здійснені перші кроки в цьому напрямі. Зокрема, Українська академія аграрних наук (УААН), концерн «Віадук» — інноваційний провайдер на ринку генетичних ресурсів — разом з Технопарком «Інститут монокристалів» з метою реалізації політики активізації інноваційних процесів в АПК для вирішення одного з ключових, наукоємних, комплексних ресурсів сільськогосподарських рослин і тварин та їх обігу створили у 2001 році Агротехнополіс з виробництва і реалізації генетичних ресурсів, зокрема елітної насінницької, племінної та іншої продукції.

Агротехнополіс, за визначенням засновників, — це система відносин у формі об'єднання на підставі договорів про спільну діяльність юридичних і фізичних осіб, головною метою яких є створення умов і механізмів впровадження інвестиційних та інноваційних проектів, виробничого використання в наукоємних аграрних галузях, формування високоефективних інтеграційних агроструктур — виробників конкурентоспроможної насінницької, племінної та іншої високоякісної сільськогосподарської продукції. Базовими виконавчими структурами Агротехнополісу є агротехнопарки, які поєднують діяльність інноваційного провайдера (організація, основним завданням якої є просування новітніх технологій та інноваційних продуктів на ринку генетичних ресурсів) та операторів ринку; агротехноінкубатори — інтегровані виробники елітної продукції, їх оригінатори і репродуктори; агроінноваційні фонди, які забезпечують акумулювання коштів для фінансування інноваційних проектів з виробництва високотехнологічної сільськогосподарської продукції; спеціалізовані

агроконтрактіві дома — дистриб'ютори інноваційного провайдера (дочірнє підприємство чи юридична особа), які здійснюють маркетингове дослідження ринку, контрактацію та реалізацію високотехнологічної сільськогосподарської продукції.

Наукове керівництво інноваційними проектами Агротехнопарків здійснює УААН. Вона спрямовує роботу своїх установ і дослідної бази на розробку інновацій у галузі насінництва й племінної роботи, а концерн «Віадук» бере на себе обов'язки інноваційного провайдера проектів, ведення моніторингу інноваційних та інвестиційних проектів в аграрному секторі, розробку пропозицій щодо залучення інвестицій у високотехнологічні галузі АПК. Технопарк «Інститут монокристалів» забезпечує супроводження виконання проектів Агротехнопарків згідно із Законом України «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків», сприяє виконанню проектів Агротехнополісу. Із цією метою він делегує функції Забезпечення виконання проектів в умовах спеціального режиму за тематикою агропромислового комплексу концерну «Віадук».

Модель Агротехнополісу передбачає рефінансування одержаних від спеціального режиму пільг у подальший розвиток виробництва насінневих і племінних ресурсів. Це дасть змогу інтенсифікувати наукові дослідження, досягти вищих результатів інноваційної діяльності.

В Україні науково-технічне забезпечення цукробурякової галузі здійснюють два НДІ і один проектний інститут, сім дослідно-селекційних станцій, вісім дослідних елітних підприємств. Результатом їх діяльності є безперервний процес наукової роботи зі створення нових сортів і гібридів цукрових буряків, технологій їх вирощування і переробки. Бурякосійні господарства відчувають гостру нестачу у високоефективній техніці, мінеральних добривах, ефективних засобах захисту рослин, що не дає змоги сповна використати потенційні можливості вітчизняних сортів і гібридів. Розроблена високоефективна українська технологія вирощування цукрових буряків, яка не поступається зарубіжним аналогам, потребує розробки та

випуску комплексу високопродуктивних вітчизняних машин і знарядь для галузі.

З метою активізації ролі вітчизняної аграрної науки в процесі трансформування підприємств доцільно використовувати різні варіанти фінансування та стимулювання науково-дослідних робіт. За відсутності обігових коштів у товаровиробників галузі держава повинна брати безпосередню участь у визначенні стратегічних напрямів використання досліджень та їхнього повного фінансування. Можна припустити, що в майбутньому поширюватиметься варіант фінансування науково-технічних досліджень самими товаровиробниками. Це забезпечить, з одного боку, орієнтацію інноваційних розробок на конкретні потреби і запити виробників, а з іншого — полегшить реалізацію наукових досліджень. Отже, за таких умов буде здійснена розробка теоретичних та методичних положень, а також практичних рекомендацій щодо впровадження організаційно-економічних механізмів виявлення і підвищення рівня адаптивнотрансформаційних здатностей відродження підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах із врахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом.

1.2. Методи оцінки адаптивнотрансформаційних здатностей підприємств сільськогосподарського машинобудування

Одним з принципових моментів управління конкурентоспроможністю (КСП), яка є однією з компонент трансфоспроможності підприємства є обґрунтування та вибір методу її оцінювання.

Оцінювання КСП — це сукупність операцій (етапів), що дозволяють кількісно визначити рівень КСП.

Суб'єктом оцінювання КСП можуть виступати: а) виробник продукції; б) споживач продукції; в) суб'єкт, що планує інвестувати або кредитувати

виробника продукції; г) суб'єкт, що проводить оцінку на замовлення третьої особи.

Для визначених вище суб'єктів оцінювання КСП важливість та частота її проведення, необхідна точність та достовірність отриманих результатів можуть відрізнятися.

Особливо важливе значення оцінювання має для виробника, оскільки воно є обов'язковим інструментом у конкурентній боротьбі за прибутки. У цьому дослідженні методологія оцінювання розглядається з позицій виробника продукції.

Метою і завданнями оцінювання трансфоспроможності, що ставить перед собою виробник, є:

- дослідження поточних (перспективних) вимог ринку;
- порівняння різних варіантів проекрованої продукції для вибору найкращого, виходячи зі встановлених критеріїв;
- вибір (зміна) постачальника сировини, комплектуючих виробів;
- визначення основних напрямів розроблення, виготовлення та збуту продукції, що користується попитом на ринку;
- оцінювання перспектив продажу конкретних видів продукції;
- розробка нових видів продукції, у тому числі нових її модифікацій, нового номенклатурного ряду тощо;
- установлення (зміна) рівня ціни продукції і/або методу ціноутворення;
- вибір (зміна) методів і засобів політики товароруху та товаропросування;
- визначення рейтингу певної продукції на ринку відносно конкурентів;
- формування стратегії позиціонування продукції;
- розробка заходів з підвищення рівня трансфоспроможності за окремими параметрами тощо.

Пріоритетність завдань оцінювання та обґрунтування методології її проведення зумовлюються загальноприйнятою концепцією життєвого циклу продукції, згідно з якою її етапи характеризуються відповідним періодом часу (від «впровадження» до «спаду»), протягом якого продукція перебуває на ринку, і описуються залежністю між обсягом збуту продукції та прибутком виробника, на яку можна впливати через проведення маркетингових заходів.

Такий підхід обмежує управління трансфоспроможністю лише маркетингом. Більш комплексним підходом слід вважати дослідження життєвого циклу продукції у взаємозв'язку із виробничою діяльністю.

Явище повторів окремих етапів зміни обсягів виробництва продукції протягом закономірних і вимірюваних часових інтервалів називається економічним циклом життя продукції (далі — ЕЦЖП). ЕЦЖП включає шість основних стадій: розробка продукції, її освоєння, виробництво, модернізація, виробництво модернізованої продукції, ліквідація моделі. Вивчення і прогнозування ЕЦЖП дозволяють оперативно розраховувати перспективні значення ємності ринку, враховувати передбачувані зміни рівня КСП в цілому і за окремими показниками продукції.

Зумовлена метою та завданнями методологія оцінювання КСП включає такі етапи: 1) комплексне дослідження ринку збуту; 2) установлення індивідуальної системи показників; 3) обґрунтування методу, точності та засобів визначення їх значень; 4) установлення базових значень показників; 5) визначення методів оцінювання рівня, способу та форми представлення результатів оцінювання.

Перший етап оцінювання КСП включає дослідження: ринкової кон'юнктури на існуючому або потенційному ринку збуту; характеру та обсягу споживчих потреб й умов використання продукції; діяльності конкурентів, які виготовляють та продають аналогічну (взаємозамінну) продукцію.

Дослідження ринку продукції промислового призначення пов'язане із певними труднощами, зумовленими такими особливостями: складністю та

багатомодульністю продукції промислового призначення; широтою та різноманітністю асортименту продукції промислового призначення; високими темпами оновлення продукції та технології її виготовлення під впливом науково-технічного прогресу; високим ступенем диверсифікації діяльності виробників продукції промислового призначення; складністю структури ринку продукції промислового призначення, на якому суб'єкти господарювання можуть одночасно виступати і покупцями, і продавцями певного виду продукції; великим впливом конкретизації умов використання продукції на оцінку рівня трансфоспроможності.

Метою дослідження ринкової кон'юнктури продукції промислового призначення є визначення основних тенденцій і процесів розвитку ринку. Вивченню підлягають фактори як макроекономічного (нормативно-правова база регулювання підприємницької діяльності; рівень розвитку інформаційних технологій; вартість ресурсів; географічне, економічне та політичне становище країни — ринку збуту; обмеження різного виду щодо ринку збуту, зумовлені політичними, санітарно-екологічними, правовими нормами тощо), так і мікроекономічного характеру (загальна ємність конкретного ринку чи його сегменту; ємність ринку щодо конкретного виду продукції; співвідношення попиту та пропозиції на продукцію певного виду; динаміка продажів аналогічної (взаємозамінної) продукції; структура витрат виробництва продукції тощо).

Динаміка ринкової кон'юнктури є достатньо інертною, оскільки при будь-якій зміні складових ринку необхідний певний час на переорієнтацію діяльності промислових споживачів з причин вторинності попиту продукції промислового призначення відносно продукції кінцевого споживання.

Дослідження попиту та умов використання продукції промислового призначення передбачає аналіз мотивів придбання продукції, факторів ємності ринку (сегменту) через динаміку використання продукції промислового призначення. Фактори, що впливають на попит, можна поділити на дві групи:

- 1) загальні фактори: ступінь новизни певного виду продукції промислового призначення; ступінь відповідності існуючої продукції вимогам споживачів; галузь можливого застосування певного виду продукції; тіснота зв'язку між виробником і споживачем;
- 2) специфічні фактори, що зумовлюють попит лише на певні види продукції промислового призначення: кліматичні та сезонні фактори; особливості галузі застосування продукції промислового призначення; ступінь залежності попиту продукції промислового призначення від первинного попиту на продукцію кінцевого споживання.

Дослідженню підлягають також основні характеристики споживачів продукції, оцінювання їх чисельності на цільовому ринку; умови та інтенсивність використання продукції промислового призначення; фактори, що формують корисність продукції для споживачів; прийнятний рівень вартості продукції.

Період після продажу продукції протягом тривалого часу залишався поза увагою вітчизняних виробників. Натомість визначенню ступеня задоволення (незадоволення) споживача купівлею та використанням продукції слід надавати важливе значення, оскільки високий ступінь задоволення або захоплення споживачів формують не лише раціональну прихильність, але й емоційну прихильність до певної торгової марки. Виділяють ступінь повного задоволення, часткового задоволення, незадоволення споживачів.

Ступінь задоволення продукцією є функцією величини сподівань (очікувань) покупця та реальних експлуатаційних характеристик продукції. Якщо дві вказані величини мають однакові значення, то можна говорити про ступінь повного задоволення вимог споживача. Якщо величина ефекту від використання (експлуатації) продукції є нижчою від величини сподівань покупця, то настає розчарування та наступна відмова від даної торгової марки і, можливо, від конкретного товаровиробника.

Про факт розчарування та скарги стосовно використовуваної продукції

дізнаються близько сорока інших потенційних покупців. Оскільки в процесі формування комплексу сподівань покупця застосовуються різні засоби маркетингового сприяння збуту продукції, то у його завищеному рівні може бути звинувачений і сам товаровиробник. Якщо величина одержаного ефекту від використання (експлуатації) продукції виявляється вищою від сподіваної, то цю різницю можна вважати запасом КСП на перспективу, що сприятиме формуванню позитивного іміджу підприємства.

Існують чотири методи виміру ступеня задоволення споживача: метод системного збору скарг та пропозицій, метод опитування про ступінь задоволення споживачів, метод використання «покупців-невидимок» та метод аналізу причин зменшення клієнтів. Дані методи дозволяють оцінити ступінь задоволення споживачів від використання продукції в межах одного сегменту ринку. Як показав проведений аналіз, ознаки сегментування ринку продукції промислового призначення носять різний характер, тому висновки, одержані від застосування згаданих вище методів не завжди можна переносити на всіх споживачів.

Дослідження діяльності конкурентів включає вияв основних конкурентів, аналіз величини частки ринку. При дослідженні ринку можна скористатись таким поділом конкурентів оцінюваної продукції, який дозволяє охопити всі можливі їх різновиди: 1) бажання-конкуренти — продукція іншого функціонального призначення, яку може придбати споживач замість продукції, потреба у якій була сформована перед виходом на ринок; 2) товарородові конкуренти — продукція подібного функціонального призначення та однієї галузі застосування; товаровидові конкуренти — продукція одного функціонального призначення та однієї галузі застосування; марки-конкуренти — продукція, що відрізняється лише суб'єктом виготовлення [61].

Вивченню підлягають також маркетингові засоби конкурентів (політика формування попиту та стимулювання збуту, канали товароруху); особливості формування та використання конкурентами матеріальних, фінансових,

трудових ресурсів, конкурентні переваги їх продукції, цінова політика, впровадження нових та модифікованих видів продукції.

Дослідження ринку дозволяє одержати інформацію про наявну потребу та оцінити її величину за якісними характеристиками; вивчити попит за його кількісними характеристиками.

Якісні характеристики потреби визначають перелік вимог споживачів щодо необхідного рівня корисності та прийняттого рівня вартості продукції. Кількісними характеристиками попиту є показники загальної ємності ринку та ємності ринку щодо певного виду продукції.

Поставлені завдання оцінювання трансфоспроможності визначають зміст та обсяг необхідної інформації про досліджувані складові ринку, часові та просторові обмеження щодо її збирання та аналізу.

На другому етапі оцінювання для конкретної продукції формується персоніфікований перелік показників, що утворюють індивідуальну систему показників.

На третьому етапі оцінювання проводиться визначення кількісного значення показників. Обґрунтування методів, засобів та точності кількісної оцінки показників має принципове значення, оскільки до визначення різних груп показників можуть бути застосовані різні підходи. Вибрані методи визначення зумовлюють використання відповідних засобів, і як наслідок, певний ступінь точності. У випадках, коли задається необхідна точність визначення значень показників, обирають засоби і методи, що забезпечать задану точність.

Для визначення кількісного значення показників трансфоспроможності можна використовувати такі методи: вимірювальний, реєстраційний, органолептичний, розрахунковий, статистичний, експертний, соціологічний [136].

Вимірювальний метод дозволяє одержати результати за допомогою технічних вимірювальних засобів. Таким методом можна вимірювати величину показників призначення продукції тощо.

Реєстраційним методом визначають значення показників шляхом підрахунку кількості певних подій, предметів або витрат. Його застосовують для визначення патентно-правових показників, показників уніфікації тощо.

Органолептичний метод базується на аналізуванні інформації, одержаної за допомогою органів чуттів людини. Досвід осіб, які визначають значення показників КСП, при цьому може бути вирішальним. За допомогою цього методу можна оцінити значення ергономічних, естетичних показників, показників маркетингового просування продукції.

Розрахунковий метод ґрунтується на теоретичних або емпіричних залежностях значень показників, і використовується для визначення показників узгодження властивостей продукції із зовнішніми умовами її використання, показників транспортабельності тощо.

Статистичний метод дозволяє визначити значення показників КСП за допомогою правил прикладної математичної статистики. За допомогою цього методу можна визначати показники надійності продукції.

Експертний метод базується на використанні знань, досвіду та інтуїції групи експертів-професіоналів. Цей метод використовують при визначенні тих показників КСП, кількісний рівень яких не може бути визначений іншим, більш об'єктивним методом.

Соціологічним методом визначають значення показників КСП шляхом опитування фактичних або потенційних споживачів.

Експертний та соціологічний методи дозволяють визначати кількісне значення показників якості сервісного обслуговування, маркетингового просування продукції [136].

Методи, що наведені вище, відрізняються способом і джерелами одержання інформації та мають різний ступінь об'єктивності та універсальності. Зокрема, вимірювальний метод є найоб'єктивнішим, проте він дозволяє визначати лише ті значення показників, які є фізичними величинами. Натомість експертиза — це більш суб'єктивний метод, оскільки достовірність результатів обумовлюється складом групи експертів, проте вона

дозволяє замінити будь-які інші методи одержання інформації. Саме тому експертний метод вважається універсальним і його найчастіше використовують.

Змістом оцінювання на четвертому етапі є обґрунтування вибору бази порівняння — базових значень показників, з якими порівнюються відповідні показники оцінюваної продукції. Методи визначення показників та одиниці їх виміру для базового зразка і оцінюваної продукції мають бути ідентичними, щоб забезпечити їх порівнянність.

П'ятий етап передбачає визначення методу оцінювання рівня трансфоспроможності.

Вітчизняними та зарубіжними науковцями розроблено велику кількість методів оцінювання рівня конкурентоспроможності товарів. Відчутний внесок у рішення цієї проблеми зроблений у роботах П. С. Зав'ялова, Я. Д. Плоткіна, П. Г. Перерви, А. Н. Литвиненко, А. М. Тат'янченко, О. Й. Запунного [53; 106; 111; 113]. Проте дослідження показало, що більшість з цих методів дозволяє оцінити рівень конкурентоспроможності продукції споживчого призначення. Деякі автори, пропонуючи свої розробки для продукції промислового призначення, зосереджують увагу лише на показниках якості продукції. Поза увагою залишаються показники сервісу та маркетингового просування продукції, визначення яких або не відбувається зовсім, або здійснюється за методиками, які не можна вважати науково обґрунтованими. Як засвідчили результати аналізу, методичний підхід до оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції є аналогічним до підходу щодо оцінювання рівня якості продукції. Така аналогія є закономірною, якщо врахувати, що якість визнається визначальним фактором конкурентоспроможності продукції.

Дослідження методів оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції, розроблених вітчизняними і зарубіжними авторами, дозволило систематизувати їх за певними класифікаційними ознаками.

1. Методи оцінювання рівня трансфоспроможності підприємства, що

розрізняються за видами показників оцінювання, мають такі особливості:

1.1. Диференційний метод оцінювання конкурентоспроможності продукції базується на порівнянні одиничних показників конкурентоспроможності оцінюваної продукції і базового зразка. При цьому визначають, чи досягнуто рівень базового зразка в цілому; за якими показниками він досягнутий; які показники більшою мірою відрізняються від базових значень.

1.2. Комплексний метод засновано на застосуванні узагальнювальних показників конкурентоспроможності продукції.

Узагальнювальний показник конкурентоспроможності продукції може бути виражений:

- 1) головним показником, що відображає основне призначення продукції;
- 2) інтегральним показником;
- 3) середньозваженим показником.

Використання головного показника вважається найбільш прийнятним, коли призначення продукції може бути визначено одним показником. Так, для деяких умов використання металорізальних верстатів головним показником є їх продуктивність.

Інтегральний показник застосовується у разі, коли можливо встановити сумарний корисний ефект від використання продукції й сумарні витрати на створення та використання продукції.

Середньозважений показник, залежно від особливостей одиничних показників конкурентоспроможності продукції, може визначатись як середньгеометрична, середньоарифметична або інша усереднена величина.

Для оцінювання узагальнювального показника конкурентоспроможності продукції використовують такі розрахункові методи:

- методи аналізу залежностей окремих показників конкурентоспроможності продукції і вибору групового показника, які

реалізуються математико-статистичними методами (методами кореляційно-регресивного, факторного, канонічного аналізу);

– методи зведення оцінок окремих показників за допомогою середньозважених величин;

– методи використання найважливішого одиничного показника, який встановлюється шляхом проведення експертизи або виконанням кластеризації оцінюваних одиничних показників конкурентоспроможності продукції.

1.3. Змішаний метод засновано на спільному використанні одиничних і комплексних (інтегральних) показників продукції. При використанні цього методу частина одиничних показників об'єднується в групи і для кожної групи визначається відповідний комплексний (груповий) показник. На основі одержаної сукупності одиничних і комплексних (групових) показників оцінюється рівень конкурентоспроможності продукції диференціальним методом.

2. Методи, що дозволяють оцінити різні характеристики продукції, можна описати так:

2.1. Параметричні методи дозволяють визначити рівень конкурентоспроможності продукції за допомогою оцінювання її параметрів. Використання даного методу передбачає вибір із сукупності параметрів продукції тих, які найбільшою мірою визначають спроможність продукції задовольнити потребу споживачів; поділ параметрів на групи за визначеними ознаками; встановлення ступеня важливості кожного параметра (групи параметрів) продукції.

Дослідниками пропонується поділ всіх параметрів продукції на три рівні важливості щодо їх впливу на задоволення потреби споживачів: «важливо», «бажано», «не має значення».

В іншому підході пропонується розділяти параметри продукції на групи технічних, організаційних, економічних параметрів.

Для оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції також передбачається поділ параметрів продукції на групи якісних, економічних, маркетингових параметрів.

Параметричні методи можна віднести до найпоширеніших методів оцінювання конкурентоспроможності продукції, оскільки вони є прості у використанні та дозволяють проводити порівняння з кількома базовими зразками. Проте параметричні методи часто критикують за суб'єктивність. Більшість критичних зауважень пов'язана з використанням експертних оцінок як методу встановлення значущості параметрів продукції.

2.2. Атрибутивні методи базуються на використанні атрибутів продукції для оцінювання її конкурентоспроможності. Атрибути — це не лише параметри продукції, але й користь для споживачів та характеристики способу використання продукції споживачами. Наприклад, марки пива, окрім їх смакових параметрів, описують з погляду особливостей місця їх споживання та споживачів. Для складання повного переліку атрибутів використовують решітку Келлі та факторний аналіз, а для оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції — методи багатокритеріальної оцінювання та семантичної диференціації.

До недоліків цього методу слід віднести складність та багатоетапність його використання.

2.3. Параметрично-функціональні методи оперують категоріями параметрів продукції та сервісних відокремлених функцій продукції. Показник конкурентоспроможності продукції оцінюється на основі вибраної номенклатури експлуатаційних параметрів і відокремлених функцій методом арифметичного середньозваженого як сума комплексних показників рівня якості продукції за параметрами і відокремленими функціями з урахуванням їхньої вагомості для задоволення споживчих потреб.

3. Методи, що відрізняються за принципом визначення значущості показників продукції, характеризуються таким чином.

3.1. Метод вартісних регресійних залежностей базується на побудові наближених залежностей між витратами на створення і експлуатацію продукції (або пропорційними до них показниками) та показниками якості продукції. Застосування цього методу є обмеженим, оскільки він передбачає виконання таких умов: ціна споживання продукції має формуватись на основі витрат на її створення і експлуатацію; кількість показників якості продукції, за якими побудована вартісна залежність, має бути меншою від кількості варіантів оцінюваної продукції.

3.2. Метод граничних і номінальних значень показників якості побудований на використанні зумовлених стандартами або іншими науково-технічними документами граничних допустимих значень показників якості продукції. Застосування цього методу є виправданим за умови тривалого терміну використання граничних значень показників якості.

3.3. Метод еквівалентних співвідношень застосовується при можливості обґрунтування еквівалентності відносної зміни певного показника якості продукції відносній зміні її кількості з погляду оцінювання загального ефекту від використання продукції, або на скільки відсотків можна, наприклад, зменшити кількість одиниць продукції, щоб задовольнити ті ж потреби при зміні значення даного показника якості на один відсоток.

3.4. Експертний метод базується на використанні результатів опитувань експертної групи щодо впливу окремих показників конкурентоспроможності продукції на рівень задоволення потреби споживача.

4. Методи, що розрізняються за ознакою побудови показника рівня конкурентоспроможності продукції, можна охарактеризувати так:

4.1. Показник, побудований на співвідношенні корисного ефекту продукції та сукупних витрат її життєвого циклу, пропонується для оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції. Корисний ефект розглядається як сукупність властивостей продукції, що використовується для виконання конкретної роботи конкретними споживачами. Для оцінювання конкурентоспроможності рекомендовано брати лише однопара-

метричні види продукції.

Інший підхід до визначення показника корисного ефекту продукції передбачає його розрахунок як суми технічних параметрів продукції та параметрів її обслуговування. Рівень конкурентоспроможності продукції трактується як співвідношення оцінювання технічних параметрів продукції і сервісних послуг та величини витрат, пов'язаних із використанням продукції.

4.2. Показник, визначений як співвідношення корисності продукції та ціни її споживання, пропонується для оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції.

4.3. Показник, побудований на співвідношенні загальної цінності продукції для споживача та його загальних витрат від її використання, використовується у методі визначення рівня конкурентоспроможності продукції. До категорії загальної цінності відносять цінність характеристик продукції, супроводжувальних послуг та обслуговуючого персоналу виробника, цінність іміджу торгової марки продукції. Загальні витрати використання продукції включають грошові, часові, енергетичні та емоційні витрати споживача. Для оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції треба знайти або різницю загальної цінності та витрат, або їх відношення.

4.4. Показник, побудований як співвідношення між споживчою цінністю продукції та витратами споживання, застосовується для оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції. Цінність продукції, яка сприймається споживачем, пропонується визначити шляхом перемноження ступеня значущості кожного атрибуту продукції на показник його присутності в оцінюваній продукції. Для визначення рівня конкурентоспроможності продукції цей добуток потрібно поділити на витрати споживання.

4.5. Показник, побудований на співвідношенні техніко-експлуатаційних (техніко-економічних) параметрів продукції та ціни її споживання, можна вважати традиційним, оскільки він розглядався багатьма вітчизняними вченими-економістами при оцінці рівня конкурентоспроможності продукції.

5. Методи оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції, які

відрізняються за способом її здійснення, можна описати так:

5.1. Графоаналітичні методи, що базуються на графічній побудові залежностей показників конкурентоспроможності продукції від певних її параметрів.

5.1.1. Метод вивчення профілю об'єкта, або «семантичний диференціал», передбачає побудову графічної моделі рівня конкурентоспроможності за кожним із відібраних показників продукції. Величина одиничних показників визначається бальним методом. Порівнянню підлягають кілька видів продукції з ідеальною оцінкою споживачів. Побудоване в результаті оцінювання графічне зображення називається профілем продукції — це сума оцінок одиничних показників продукції, завдяки яким вона відома цільовій групі споживачів. Профіль продукції дозволяє візуально визначити кількість характеристик, за якими відбувається відхилення від ідеальної моделі, та кількісно оцінити це відхилення, після чого можна зробити висновок про рівень конкурентоспроможності оцінюваної продукції.

5.1.2. Метод конкурентних переваг та стратегій Ламбена базується на побудові графіка, що відображає геометричне місце точок границі рентабельності збуту продукції. На осі абсцис відкладається співвідношення собівартості оцінюваної продукції та продукції пріоритетного конкурента; на осі ординат — співвідношення ціни продажу оцінюваної продукції та продукції пріоритетного конкурента. Через точку 1,0 на осі абсцис і осі ординат проведено вертикаль і горизонталь, які розділили координатне поле графіка на чотири квадранти, що відповідають чотирьом конкурентним стратегіям: за витратами, за якістю, за витратами та якістю, за можливістю одержання збитків. Основою методу є визначення співвідношення ціни оцінюваної продукції до витрат на її виготовлення і збут. Метод дозволяє оцінити прибуток або збиток виробника від збуту продукції. Результати даного методу можна використати як вихідні орієнтовні дані при оцінці рівня конкурентоспроможності продукції [93].

Умовою застосування цього методу є можливість доступу до інформації про фінансово-господарську діяльність конкурентів.

5.1.3. Метод побудови многокутника конкурентоспроможності продукції передбачає вибір та обґрунтування факторів найбільшого впливу на рівень конкурентоспроможності продукції; визначення їх величини щодо оцінюваної продукції та базового зразка і/або продукції конкурентів. Кількісна величина факторів відкладається в декартовій системі координат у вигляді точок на осях, кількість яких відповідає кількості дібраних факторів конкурентоспроможності продукції. Лінія, що проходить через ці точки, утворює многокутник. Цей метод не дозволяє об'єктивно встановити узагальнювальний показник конкурентоспроможності продукції, оскільки всі дібрані фактори трактуються як рівнозначні для оцінювання.

5.1.4. Метод радарів конкурентоспроможності продукції базується на побудові багатокутника, побудованого на 23-х осях, що відповідають 23-м показникам конкурентоспроможності продукції. Узагальнювальний показник конкурентоспроможності продукції визначається як співвідношення площі радара до загальної площі його кола. Застосування методу передбачає поділ кола на рівні сектори, кількість яких відповідає кількості показників конкурентоспроможності продукції. Збільшення значення показника відповідає віддаленню від центру кола. Для порівняння радари продукції конкурентів будуються на одному колі.

5.1.5. Метод побудови моделі Кано для оцінювання конкурентоспроможності продукції базується на графічному зображенні оцінювання її властивостей. Автор метода використовує поділ всіх властивостей продукції на три різновиди: обов'язкові, присутність яких сама по собі не підвищує корисності продукції для споживача, проте їх відсутність — різко знижує; кількісні — від покращання яких зростає корисний ефект для споживача; сюрпризні — ті, що називають «родзинкою», вони приємно дивують споживачів. На осях координат відкладають два значення показників: «Вимога виконана (не виконана)», «Покупець

задоволений (незадоволений)» і будують графічну модель на основі оцінювання наявності перерахованих видів властивостей. Виробник зможе оцінити вплив кожної властивості продукції на рівень її корисності, а отже, — і на рівень конкурентоспроможності.

5.2. Аналітичні методи оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції, що ґрунтуються на використанні апарату математичного аналізу.

5.2.1. Апроксимаційна модель застосовується для оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції шляхом визначення коефіцієнта парної кореляції показників конкурентоспроможності продукції. Оскільки аналізованих показників повинно бути лише два, вони розглядаються як рівнозначні при формуванні рівня конкурентоспроможності продукції. Якщо коефіцієнт кореляції близький до нуля, то оцінювані показники можна вважати незалежними; якщо він близький до ± 1 , то між ними існує функціональна залежність.

5.2.2. Метод аналітичних залежностей абсолютних показників характеризується типовою схемою оцінювання конкурентоспроможності продукції. Для формування групи аналогів залучаються лише ті зразки, що за класифікаційними показниками та обмеженнями відрізняються від оцінюваного зразка не більше ніж на $\pm 10\%$. Базовим зразком для порівняння визнається той, що має найбільше значення інтегрального показника (відношення корисного ефекту від застосування продукції до витрат на його досягнення). Розрахунок рівня конкурентоспроможності продукції передбачає пошук аналітичного вираження ефекту, що можна знайти не для всіх видів продукції. У цьому методі застосовується достатньо простий математичний апарат, який дає змогу відобразити залежність ефекту від витрат.

5.2.3. Метод комплексних відносних (одиничних та групових) показників базується на використанні прийому парного порівняння при виборі базового зразка за показниками корисного ефекту. Кожний показник

продукції порівнюється з кожним у парі аналогів, результати порівняння оцінюються балами. Зразок, який набрав найбільшу суму балів, обирається базовим.

Даний метод використовується у випадках, коли ефект від застосування продукції не може бути розрахований за аналітичною залежністю абсолютних показників.

5.3. Матричні методи оцінювання конкурентоспроможності продукції, що базуються на побудові матриць — прямокутних таблиць, елементи яких відображають систематизований перелік показників конкурентоспроможності продукції та взаємозв'язків між ними.

5.3.1. Сітка попередніх оцінок базується на формуванні таблиці, яка вміщує чотири ранги ідей продукції (від дуже високої до дуже низької), оцінених відносно дев'яти критеріїв привабливості ринку та дев'яти критеріїв конкурентоспроможності продукції. Рівень оцінок визначається експертним методом на конкретному ринку збуту в конкретний часовий період. На основі одержаних оцінок можна зробити висновок про рівень конкурентоспроможності продукції на ринку потенційного збуту та обґрунтувати доцільність виходу з даним видом продукції на цей ринок.

5.3.2. Матриця еластичності конкурентної реакції на ринку базується на побудові таблиці, дані якої дозволяють оцінити (спрогнозувати) еластичність реакції пріоритетного конкурента, який продукує аналогічний вид продукції, на дії виробника оцінюваної продукції (або навпаки) за такими факторами її конкурентоспроможності: якістю продукції, якістю сервісу, ціною придбання, ціною експлуатації продукції, рекламою. Коефіцієнт еластичності може бути прогнозований або оцінений методами експертизи, найменших квадратів, екстраполяції. Передбачається, що виробник оцінюваної продукції та його конкурент діють одночасно за кількома напрямками забезпечення конкурентоспроможності продукції. Якщо досліджується реакція конкурента на дії виробника, то еластичність визначається за горизонталлю, якщо аналізується реакція виробника, то коефіцієнт еластичності визначається за

вертикаллю.

5.3.3. Метод SWOT-аналізу базується на побудові таблиці, рядками якої є фактори конкурентних переваг і недоліків оцінюваної продукції, а стовпчиками — фактори загроз та можливостей успішного збуту продукції на цільовому ринку. Виділені фактори оцінюються експертним методом у балах. Після здійсненого аналізу виробник одержує можливість прийняти раціональні рішення щодо управління рівнем конкурентоспроможності продукції: перетворення слабких сторін у конкурентні переваги продукції згідно з виявленими можливостями.

6. Методи, що розрізняються за критерієм зміни показників рівня конкурентоспроможності в часі, характеризуються так:

6.1. Статичні методи оцінювання конкурентоспроможності продукції зорієнтовані на використання показників продукції для цільової групи споживачів у конкретному часовому інтервалі. При зміні з часом показників продукції та вимог споживачів необхідно проводити нову оцінку рівня КСП з метою його актуалізації.

Більшість з розглянутих вище методів належить до статичних.

6.2. Динамічний метод визначення рівня конкурентоспроможності продукції пропонується для оцінювання зміни показника конкурентоспроможності виробника залежно від зміни показника збуту його продукції.

6.2.1. До динамічних можна віднести і метод оцінювання конкурентоспроможності продукції, що базується на використанні функції бажаності для оцінювання параметрів різної розмірності і величини. Метод дозволяє визначати зміну рівня конкурентоспроможності продукції внаслідок зміни її параметрів без додаткової процедури оцінювання кожного параметра окремо.

Загалом класифікація методів оцінювання трансфоспроможності продукції (рис. 1.4.) залишається відкритою на всіх рівнях і може бути доповнена іншими наявними, а також новими методами.

Вибір методу оцінювання виробником обумовлюється можливостями

одержання достовірної вихідної інформації та етапом ЕЦЖП.

Результати дослідження стану сучасних вітчизняних машинобудівних підприємств дозволили визначити їх стан як незадовільний, про що свідчать показники зменшення кількості юридичних осіб, негативна динаміка обсягів виробництва, зменшення за всіма джерелами величини інвестицій в основний капітал, наявність невикористовуваних ресурсів, невпроваджених та незавершених інновацій. Значення сільськогосподарського машинобудування для економіки АПК країни зумовлює необхідність проведення досліджень напрямів, які сприяли б покращенню стану машинобудівних підприємств. Одним з таких напрямів є підстави вважати активізацію інноваційно-логістичної та маркетингової діяльності машинобудівних підприємств.

Маркетингова діяльність підприємств має спільні базові основи. Але залежно від виду діяльності підприємства їй притаманні особливості, які визначаються товаром, що виготовляються, його споживачами, масштабом виробництва. Особливості маркетингової діяльності машинобудівних підприємств зводяться до такого твердження: кількість покупців продукції машинобудування є невеликою, але обсяги її закупівель є значними.

Вони мають вузьку спеціалізацію та високу технічну компетенцію. Попит на продукцію машинобудівних підприємств залежить від попиту кінцевого споживача. Продукція машинобудівних підприємств відрізняється високою складністю, має відповідати певним стандартам; ціна залежить від обсягів та частоти закупівель, умов оплати, а також умов шеф-монтажного обслуговування. Канал збуту такої продукції є переважно прямим або однорівневим.

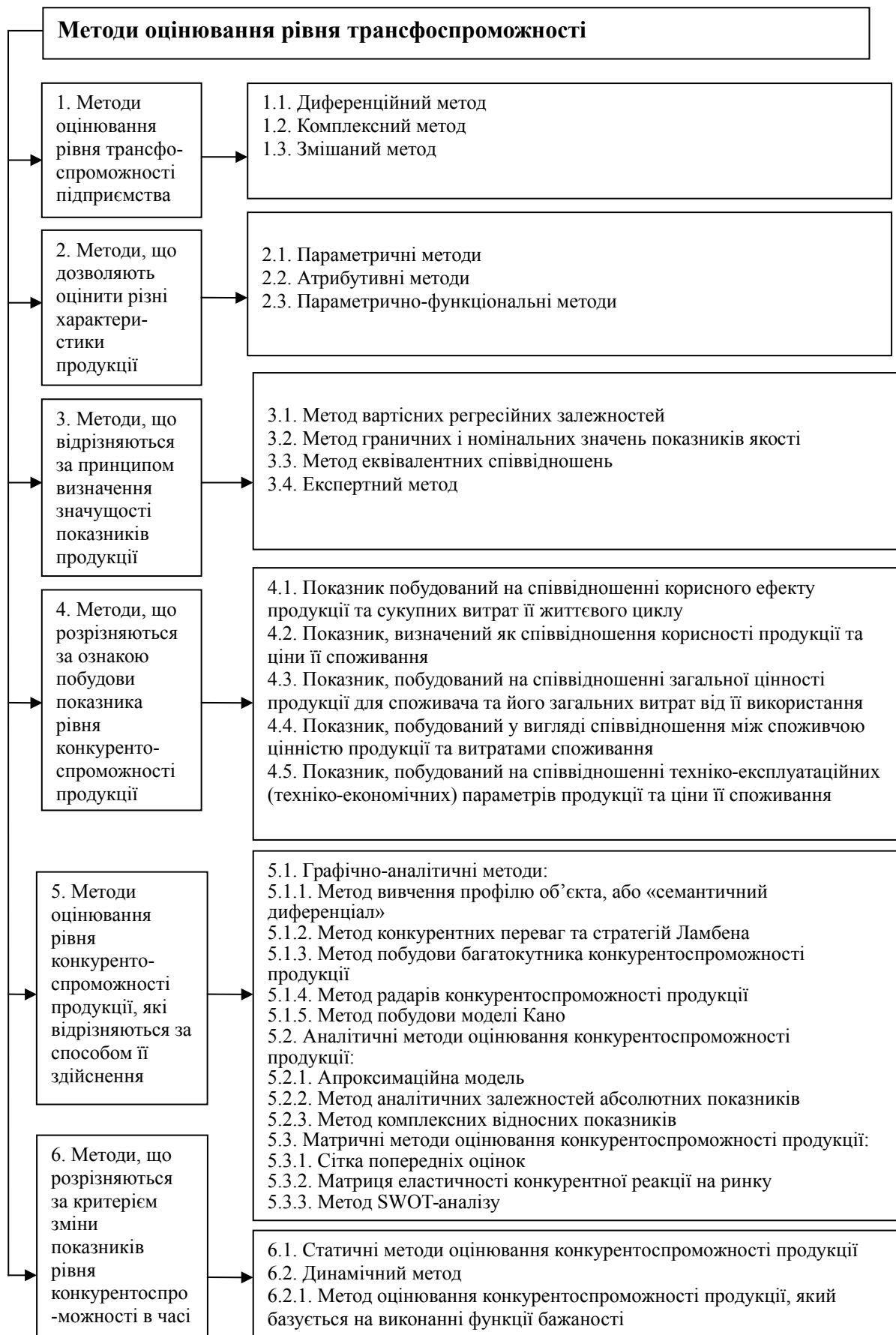


Рис. 1.4. Класифікація методів оцінки трансфоспроможності підприємств

Серед заходів маркетингових комунікацій цих підприємств переважають особистий продаж, реклама в ЗМІ ділового або спеціального характеру; участь у спеціалізованих виставках. Велике значення має підкріплення товару шляхом надання різноманітних послуг та тісної співпраці виробника зі споживачем після продажу товару.

Особливістю машинобудівних підприємств, яка певною мірою визначає їх становище, є не лише наявність невикористаних ресурсів, а і сировинна база. Серед таких ресурсів присутні невикористовуване або частково використовуване обладнання, посівні площі; невикористовувані виробничі площі; неліквідні товарно-матеріальні цінності; неповна зайнятість робочого часу виробничого персоналу; інновації, що з певних причин не знайшли завершеного впровадження. Саме на використання таких ресурсів і має бути спрямована активізація маркетингової діяльності машинобудівного підприємства, у ході якої передбачається отримання відповіді на запитання: чи сприйме ринок те, що можна виробити з використанням невикористовуваних ресурсів, і якщо — так, то за яких умов?

Активізація маркетингової діяльності машинобудівного підприємства залежить від впливу низки зовнішніх та внутрішніх чинників, інтенсивність якого значною мірою визначає її характеристики. Ринкова кон'юнктура, регуляторні заходи держави та науково-технічні чинники аналізувалися як зовнішні чинники. А ставлення керівництва підприємства до активізації маркетингової діяльності, наявність кваліфікованих фахівців, ступінь використання маркетингового потенціалу підприємства, стан комунікацій підприємства, механізм мотивації працівників служби маркетингу вивчалися як внутрішні чинники. За результатами аналізу зазначених чинників вони систематизовані за критеріями керованості підприємством, відношення до підприємства, способу та інтенсивністю впливу. Інтенсивність впливу виокремлених чинників зумовлює прийняття відповідних рішень щодо активізації маркетингової діяльності підприємства.

Базування активізації маркетингової діяльності машинобудівного

підприємства на інтенсифікації маркетингового потенціалу зумовило необхідність його дослідження.

Проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах із урахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом, які відчули вчені всього світу, зумовили виникнення дуже великої кількості методів та методик її визначення. Ще в 1980-х роках вітчизняними вченими було створено методику та методологію оцінки конкурентоспроможності. Ці дослідження за часів планової економіки не набули широкого поширення, проте з моменту впровадження в Україні ринкових відносин вони стали доволі актуальними, їх інтерпретувало чимало сучасних учених.

У науковій літературі традиційно оцінка здійснюється за допомогою диференціального, комплексного та змішаного методів.

Комплексний метод оцінки конкурентоспроможності був розроблений ученими Литвиненко А. П. і Татьяненко М. А. Він ґрунтується на застосуванні комплексних показників аналізованої продукції і може бути адаптований до умов трансфоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування [96].

Груповий показник за нормативними параметрами розраховується за формулою:

$$I_{\bar{ii}} = \prod_{i=1}^n q_{i^3}, \quad (1.1)$$

де I_{nn} — груповий показник конкурентоспроможності за нормативними параметрами; q_{ni} — одиничний показник конкурентоспроможності за i -м нормативним параметром, розраховується за формулою:

$$q_i = \frac{P_i}{P_i^*} \cdot 100\%, (i = 1, 2, 3, \dots, n), \quad (1.2)$$

де q_i — одиничний параметричний показник конкурентоспроможності за i -м параметром; P_i — нормативний параметр; n — число нормативних параметрів, що підлягають оцінці.

Як видно з формули 1.1, у разі того, якщо хоча б один з одиничних показників дорівнює 0, тоді груповий показник також дорівнюватиме 0. Це означає, що товар є неконкурентоспроможний.

Груповий показник за технічними параметрами визначається за формулою:

$$I_{\text{gr}} = \sum_{i=1}^n q_i \cdot a_i, \quad (1.3)$$

де I_{gr} — груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами; a_i — вагомість i -го параметра в загальному наборі з n технічних параметрів, що характеризують потребу; n — число параметрів, що беруть участь в оцінці; q_i — одиничний показник конкурентоспроможності за i -м технічним параметром, розраховується за формулами:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{i^*}} \cdot 100\%, \quad (i = 1, 2, 3, \dots, n), \quad (1.4)$$

$$q_i' = \frac{P_{i0}}{P_i} \cdot 100\%, \quad (1.5)$$

де q_i' , q_i — одиничний показник конкурентоспроможності за i -м технічним параметром.

Відповідність технічних параметрів певного товару наявній потребі характеризує груповий показник I_{gr} . Що повніше задовольняються запити споживачів, то більшим є цей показник. Технічні параметри машинобудівної продукції мають свою вагу при задоволенні потреб споживача, тому для достовірнішого й точнішого відображення використовують метод експертних оцінок, який нівелює похибки при оцінці.

Ціна споживання, як єдиний параметр оцінки, відображає суть групового показника за економічними параметрами. Ціна споживання машинобудівної продукції є відповідником сумарних витрат, які здійснює споживач при покупці й експлуатації бурякозбиральної техніки протягом усього терміну використання. Ціна споживання розраховується за формулою:

$$Z = A + T + Y + F + D + M + O + S + K + N + I + L, \quad (1.6)$$

де A — ціна виробу; T — витрати на транспортування; Y — витрати на установку виробу і приведення його в робочий стан; F — витрати на упакування і збереження; D — витрати покупця на придбання необхідної документації; M — витрати на догляд за виробом під час експлуатації; O — витрати на обслуговування виробу; S — витрати на паливо й енергію; K — витрати на ремонт; N — податки, митні витрати, збори тощо; I — витрати на утилізацію виробу після завершення терміну використання; L — витрати на страхування виробу; Z — ціна споживання оцінюваного товару.

Ціна споживання оцінюваного конкурентного товару визначається також за формулою 1.6.

Груповий показник за економічними параметрами визначається за формулою:

$$I_{gr} = \frac{C}{C_o}, \quad (1.7)$$

де I_{en} — груповий показник за економічними параметрами; Z , Z_o — загальні витрати споживача відповідно на оцінювану продукцію і на зразок.

Інтегральний показник конкурентоспроможності розраховується за формулою:

$$K = I_{gr} \cdot \frac{I_{mn}}{I_{en}}, \quad (1.8)$$

де K — інтегральний показник конкурентоспроможності аналізованої продукції.

Показник K показує, на скільки оцінювана продукція приносить більше споживчого ефекту на одиницю витрат покупця із придбання та споживання виробу відносно базового зразка.

Якщо $K < 1$, то оцінюваний товар уступає зразковій конкурентоспроможності, а якщо $K > 1$, то перевершує. Якщо $K = 1$, тоді товари рівнозначні за конкурентоспроможністю.

Змішаний метод оцінки ґрунтується на поєднанні диференціального і комплексного методів. При змішаному методі оцінки конкуренто-

спроможності використовується частина параметрів, розрахованих диференціальним методом, і частина параметрів, розрахованих комплексним методом.

Для визначення комплексного показника конкурентоспроможності, крім оцінки якісних характеристик товару, потрібно ще й урахувати сервісні та маркетингові показники. Комплексний показник трансфоспроможності (\check{I}_{eio}) визначається як

$$\check{I}_{\text{eio}} = \alpha_{\check{y}\check{e}} \check{I}_{\check{y}\check{e}} + \alpha_{\check{n}} \check{I}_{\check{n}} + \alpha_i \check{I}_i, \quad (1.9)$$

де $\Pi_{\text{як}}$ — комплексний показник рівня якості продукції; Π_c — комплексний показник рівня якості сервісу продукції; Π_m — комплексний показник рівня маркетингового просування продукції; $\alpha_{\text{як}}, \alpha_c, \alpha_m$ — групові коефіцієнти вагомості комплексних показників $\Pi_{\text{як}}, \Pi_c, \Pi_m$ відповідно.

Комплексний показник сервісу (Π_c) визначається за формулою:

$$\Pi_c = \alpha_{c1} \Pi_c^{\text{inf}} + \alpha_{c2} \Pi_c^{\text{opz}} + \alpha_{c3} \Pi_c^{\text{texn}}, \quad (1.10)$$

де Π_c^{inf} — комплексний показник рівня якості інформаційного обслуговування; Π_c^{opz} — комплексний показник рівня якості організаційного обслуговування; Π_c^{texn} — комплексний показник рівня якості технічного обслуговування; $\alpha_{c1}, \alpha_{c2}, \alpha_{c3}$ — коефіцієнти вагомості відповідних показників

Комплексний показник рівня якості інформаційного обслуговування (\check{I}_c^{io}) пропонується визначати за формулою:

$$\Pi_c^{\text{inf}} = \sum_{i=1}^z S_i k_i^{\text{inf}}, \quad (1.11)$$

де S_i — значення i -го показника якості інформаційного обслуговування; k_i^{io} — коефіцієнт вагомості показників якості інформаційного обслуговування; z — кількість показників якості інформаційного обслуговування, залучених до оцінювання.

Комплексний показник рівня якості організаційного сервісу продукції (\check{I}_c^{ioa}) пропонується визначати за формулою:

$$\Pi_c^{opz} = \sum_{j=1}^R S_j k_j^{opz}, \quad (2.12)$$

де S_j — відносне значення j -го показника якості організаційного обслуговування; k_j^{opz} — коефіцієнт вагомості показників якості організаційного обслуговування; R — кількість показників якості організаційного обслуговування, залучених до оцінювання.

Показник рівня якості технічного сервісу ($\check{I}_c^{\delta\delta\delta}$) визначається за формулою:

$$\Pi_c^{mex} = \sum_{i=1}^W S_i k_i^{mex}, \quad (1.13)$$

де S_i — відносне значення i -го показника якості технічного обслуговування; k_i^{mex} — коефіцієнт вагомості показників якості технічного обслуговування; W — кількість показників якості технічного обслуговування, залучених до оцінювання.

Показник маркетингового просування продукції (Π_m) визначається за формулою:

$$\Pi_m = \alpha_{m1} \Pi_m^{рекл} + \alpha_{m2} \Pi_m^{n.p.}, \quad (1.14)$$

де $\Pi_m^{рекл}$ — комплексний показник рівня реклами продукції; $\Pi_m^{n.p.}$ — комплексний показник рівня паблік рилейшнз; α_{m1}, α_{m2} — коефіцієнти вагомості показників реклами продукції та паблік рилейшнз.

Комплексний показник рівня реклами продукції ($\check{I}_i^{\delta\delta\delta}$) пропонується визначати за формулою:

$$\Pi_m^{рекл} = \sum_{y=1}^Y \phi_y k_y^{рекл}, \quad (1.15)$$

де ϕ_y — відносне значення y -го показника реклами продукції; $k_y^{рекл}$ — нормоване значення коефіцієнта вагомості y -го показника реклами продукції; Y — кількість показників реклами продукції, залучених до оцінювання.

Комплексний показник рівня паблік рилейшнз ($\check{I}_i^{i.\delta.}$) визначається за формулою:

$$П_{м}^{n.p.} = \sum_{g=1}^G \phi_g k_g^{рекл}, \quad (1.16)$$

де ϕ_g — відносне значення g -го показника паблік рилейшнз; $k_g^{рекл}$ — нормоване значення коефіцієнта вагомості g -го показника паблік рилейшнз; G — кількість показників паблік рилейшнз, залучених до оцінювання.

У роботі до розрахунку комплексного показника додається ще оцінка техніки та технологій за допомогою енергетичних показників.

Загальний вигляд формули комплексного показника конкурентоспроможності такий:

$$K_{зд} = mK_e + nJ + pK_{mp}, \quad (1.17)$$

де m, n, p — показники вагомості груп коефіцієнтів; $m+n+p=1$; K_{mp} — коефіцієнт технічного рівня; J — коефіцієнт інтегральної оцінки; K_e — коефіцієнт енергетичної оцінки.

Коефіцієнт енергетичної оцінки (K_e) включає в себе три складові: коефіцієнт енергетичної ефективності (K_{eP}), коефіцієнт екологічності (P_e), коефіцієнт сукупних енерговитрат (K_{eE}). Вагомість кожного із цих коефіцієнтів у загальному коефіцієнті енергетичної оцінки визначається шляхом експертних оцінок за умови, що сума показників вагомості (α, β, γ) дорівнюватиме одиниці ($\alpha+\beta+\gamma=1$). Загальний вигляд формули такий:

$$K_e = \alpha K_{eE} + \beta K_{eP} + \gamma P_e; \quad (1.18)$$

$$K_{eE} = \frac{E_m^a}{A_o^i}, \quad (1.19)$$

де E_m^a, A_o^i — сукупні енерговитрати базової та нової технології.

$$K_{eP} = \frac{K_{em}^H}{K_{em}^o}, \quad (1.20)$$

де E_{ao}^a, E_{ao}^i — коефіцієнти енергетичної оцінки базової і нової технології.

$$P_e = \frac{\varepsilon^H}{\varepsilon^o}, \quad (1.21)$$

де $\varepsilon^H, \varepsilon^o$ — показники екологічності нової та базової технологій.

Описані вище методи мають ряд недоліків:

1) у всіх випадках передбачається лінійна залежність конкурентоспроможності від значення критерію, тобто за всіма параметрами еластичність попиту дорівнює 1;

2) не враховується те, що наявні для певних критеріїв як суб'єктивні, так і об'єктивні обмеження. Порушення цих обмежень призводить до того, що конкурентоспроможність прямує до нуля;

3) у процесі порівняння декількох товарів для кожної пари окремо необхідне проведення розрахунків;

4) досить складним є процес встановлення вагових значень a_{ij} для великої кількості критеріїв;

5) розраховані показники конкурентоспроможності продукції не розкривають структуру впливу всіх факторів на загальний рівень з метою виявлення «вузьких» місць у товарі.

6) конкурентоспроможність розраховується у відношенні одного об'єкта щодо іншого, а не рівень конкурентоспроможності об'єкта взагалі;

7) дуже складно дібрати базу для порівняння, особливо у випадках, коли для порівняння береться кращий з наявних зразків. Тоді знову постає запитання: який товар є найкращим і як це визначити? У такій ситуації можна на рівні інтуїції вибрати базу для порівняння, що не позбавлено суб'єктивізму, або можна брати як базу порівняння лідера з продаж, але ця інформація зазвичай закрита, її важко отримати;

8) більшість методик розрахована на проведення оцінки конкурентоспроможності тільки нових виробів. А в умовах переходу економіки до ринку на підприємствах виникла необхідність оцінки конкурентоспроможності продукції, що випускається, з метою визначення доцільності її виробництва;

9) у більшості методів застосовується експертна оцінка для ранжування ознак товару за ступенем важливості. Це не позбавлено суб'єктивізму і залежить від досвіду та інтуїції експерта, його знання ринкової ситуації та інформованості про всі ознаки товару.

Власне, зазначені недоліки і є обмеженнями застосування традиційного методу конкурентоспроможності товару.

Під час порівняння окремих машин застосовуються узагальнювальні показники оцінки двох видів. Ці показники визначають як середнє геометричне окремих оціночних показників. Особливістю другого показника є те, що при розрахунках ще й ураховуються ступені вагомості окремих показників.

За першим способом узагальнювальний показник оцінки D^j визначається за формулою:

$$D^j = \sqrt[n]{d_1 \cdot d_2 \cdot \dots \cdot d_n}, \quad (1.22)$$

де d_1, d_2, \dots, d_n — бажаності за окремо взятими показниками.

Бажаності d_i визначаються за формулою:

$$d_i = \exp\left[-e^{-(x'_i - 4)}\right], \quad (1.23)$$

де x'_i — значення кожного i -го показника за безрозмірною шкалою x'_i .

Щоб забезпечити можливість використання функції бажаності для оцінки параметрів різної розмірності і порядку, необхідно провести приведення параметрів виробу p до значень приведенного параметра x_i функції бажаності d . Для цього за відомим значенням x_i і p на границях інтервалів функції бажаності будується апроксимуюча функція і визначаються її параметри (коефіцієнти). Найпростішою є лінійна функція:

$$x = a x p + b, \quad (1.24)$$

де a, b — коефіцієнти апроксимації.

Результати залежатимуть від того, які конкретні значення на шкалі параметрів будуть поставлені у відповідність границям інтервалів шкали бажаності d . Якщо вимоги конкретних споживачів заздалегідь невідомі, цей метод рекомендує дотримувати таких правил:

а) за $d = 1,00$ приймається рівень параметра, що перевищує кращий світовий, чи максимально можливий рівень, чи рівень, поліпшувати який не має змісту;

б) за $d = 0,80$ приймається кращий світовий рівень, тобто найкраще значення параметра серед усіх розглянутих виробів;

в) за $d = 0,20$ приймається найнижчий рівень серед усіх розглянутих виробів;

г) за $d = 0,00$ приймається найнижчий рівень значення досліджуваного параметра виробу, який можна уявити;

д) інтервал на шкалі параметрів, що відповідає значенням функції бажаності $d = 0,20 \dots 0,80$, варто розбити рівномірно. При цьому значення параметра p у крапках, що відповідають значенням функції бажаності $0,37$ і $0,63$, визначаються з рівняння апроксимації:

$$p = \frac{x - b}{a}. \quad (1.25)$$

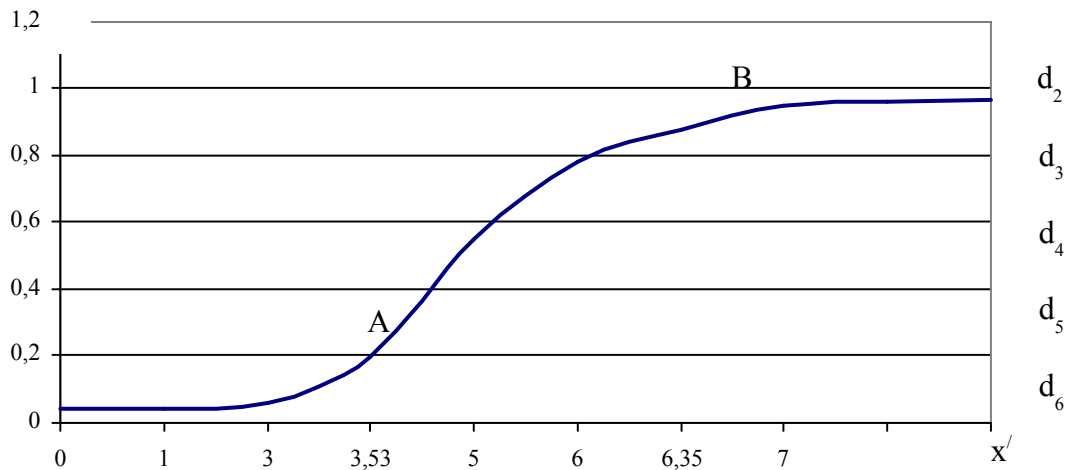
За критерії оцінки можна брати як кількісні, так і якісні вимірники. Оцінка якісних параметрів (наприклад імідж фірми, що виробляє певний виріб) може бути проведена відповідно з розробленою шкалою для оцінки цього виду показників.

Для подальших розрахунків було прийнято, що $d_{max} = 0,91$ і $d_{min} = 0,2$.

Потім значення показників x_i переносяться на безрозмірну шкалу x' з урахуванням масштабних лінійних коефіцієнтів:

$$M'_x = \frac{(x_{i\max} - x_{i\min})}{(x'_B - x'_A)}, \quad (1.26)$$

де $x_{i\max}$ і $x_{i\min}$ — відповідно максимальне і мінімальне значення окремих оціночних показників машин; x'_B — значення безрозмірної шкали x' , яке відповідає $d_{max} = 0,91$; x'_A — значення безрозмірної шкали x' , яке відповідає $d_{min} = 0,2$.



При цьому значення δ_A^1 і δ_A^2 (x'_A і x'_B) знаходяться після дворазового логарифмування формули:

$$x'_B = 4 + [-\ln(-\ln d_{\max})] = 4 + [-\ln(-\ln 0,91)] = 6,35, \quad (1.27)$$

$$x'_A = 4 + [-\ln(-\ln d_{\min})] = 4 + [-\ln(-\ln 0,09)] = 3,53. \quad (1.28)$$

Потім за формулами переводиться в масштабні значення шкали кожне статистичне значення окремого показника оцінки машини x_i — для показників, збільшення яких покращує конкурентоспроможність машини (наприклад продуктивність):

$$x'_i = x'_A + \frac{x_{ic} - x_{i\min}}{M'_x}, \quad (1.29)$$

для показників, збільшення яких погіршує конкурентоспроможність машини (наприклад потужність приводу):

$$x_i = x'_B - \frac{x_{ic} - x_{i\min}}{M'_x}, \quad (1.30)$$

де x_{ic} — статистичне значення i -го показника.

Після чого знаходять усі бажаності d_i за формулою (1.30), а далі узагальнювальний D^I -й показник за формулою (1.29). Максимальне

значення узагальнювального показника відповідає кращому варіанту машини.

Аналогічно першому випадку, при визначенні узагальнювального показника другого виду кожний окремий показник перетворюється в безрозмірну величину за формулами, що наведені нижче:

– для показників, збільшення яких покращує конкурентоспроможність машини:

$$d_i = d_{i\max} + \frac{(d_{i\min} - d_{i\max}) \cdot (x_i - x_{i\max})}{(x_{i\min} - x_{i\max})}; \quad (1.31)$$

– для показників, збільшення яких погіршує конкурентоспроможність машини:

$$d_i = d_{i\max} + \frac{(d_{i\min} - d_{i\max}) \cdot (x_i - x_{i\min})}{(x_{i\max} - x_{i\min})}, \quad (1.32)$$

де $x_{i\max}, x_{i\min}$ — граничні значення окремих показників; $d_{i\min}, d_{i\max}$ — безрозмірні оцінки показника. Для розрахунків прийнято $d_{i\max} = 5$, $d_{i\min} = 1$.

Узагальнювальну оцінку визначають як середнє геометричне окремих значень

$$D^H = \sum_{i=1}^n \beta_i \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n d_i^{\beta_i}}, \quad (1.33)$$

де β_i — ступінь вагомості i -го показника.

Ступінь вагомості показників при цьому визначають методом експертної оцінки.

Наявність ступенів вагомості окремих показників є і недоліком, і перевагою даного методу. Недоліком є суб'єктивність експертів при визначенні значення ступенів вагомості. Перевагою є те, що показники диференціюються за ступенем впливу на узагальнювальні показники.

Підтримуючи ідею вітчизняних учених, ми вважаємо, що для оцінки економічної ефективності в умовах конкуренції може бути використаний такий показник, як корисний ефект, обумовлений корисними властивостями споживчої вартості. Якщо споживча вартість визначається сукупністю споживчих властивостей, створених у процесі її виробництва, то корисний

ефект характеризує ефект застосування зазначеної споживчої вартості. Корисний ефект засобів праці може виражатися в поліпшенні умов праці, техніки безпеки, навколишнього середовища, тобто бути зв'язаний із застосуванням соціальних корисних властивостей споживчої вартості, що, як правило, безпосереднього впливу на економічні показники не чинять, у розрахунку економічного ефекту не беруть участі.

Корисний ефект засобів праці характеризує ступінь реалізації споживчої вартості в споживанні, що показує, якою мірою корисні властивості цього продукту використані в конкретних умовах споживання. Перевагою показника корисного ефекту в порівнянні з показником споживчої вартості є те, що перший може бути точно обмірюваний кількісно і причому не в натуральних одиницях, а в грошовому вираженні.

Показник корисного ефекту машини може бути потенційним, тобто розрахованим до застосування її в сільському господарстві. На основі планованих у системі машин або в заявках агрозооовимог техніко-економічних параметрів машин, що замовляються, з урахуванням відповідних умов експлуатації. У тих випадках, коли машина вже застосовується, формується показник реалізованого корисного ефекту, що розраховується на основі конкретних даних, які характеризують ефективність застосування діючої машини. Корисний ефект — це той виробничий ефект, що досягнутий або може бути отриманий при використанні конкретної споживчої вартості в умовах сучасного сільськогосподарського виробництва в розрахунку на одиницю продукції.

Подальше наше дослідження проводитиметься в межах розроблених вітчизняних методик.

Згідно з розробленими методиками, під технікою розуміють сукупність знарядь праці, що використовуються людиною в процесі праці. До с/г техніки належать знаряддя, машини, комплекси та системи машин. Крім того, може виникнути необхідність розраховувати певні елементи машин: вузли та деталі, способи агрегування, способи організації використання техніки.

Оцінюючи, експерт має враховувати особливі умови використання машин. Якщо порівнюються машини, що не потребують завдяки своїм конструктивним особливостям особливих умов експлуатації, то їх легко порівняти в однакових умовах. А якщо стара машина агрегатується з трактором, із яким агрегатується нова машина, то при порівнянні їх слід враховувати параметри цього трактора. У протилежному випадку слід оцінювати два комплекси згідно з їхньою стандартною комплектацією.

Економічний ефект, отриманий від впровадження нової техніки, розраховується за показниками, зазначеними нижче.

Фактичне річне завантаження сільгоспмашин визначається за формулою:

$$T_{\phi} = D_n t_{\text{он}} \frac{W_n}{Q_n} \sum_{j=1}^p \frac{Q_j}{W_j}, \quad (1.34)$$

де D_n — кількість днів роботи в напружений період; $t_{\text{он}}$ — тривалість роботи машини протягом дня в напружений період, год; W_j, W_n — продуктивність машини в j -й та напружений періоди, од. роб./год; Q_j, Q_n — обсяг робіт у j -й та напружений періоди, од. роб.; j — кількість періодів роботи.

Для розрахунку фактичного завантаження слід використовувати технологічні карти або дані про фактичну та планову структуру посівних площ.

Добуток погодинного завантаження W та річного завантаження T_{ϕ} утворює річний виробіток машини W_p :

$$W_p = WT_{\phi}. \quad (1.35)$$

Загальна формула експлуатаційних витрат (U) складається з комплексу показників і має такий вигляд:

$$U = Z + A + P + \Gamma + M + X, \quad (1.36)$$

де Z — заробітна плата працівників; A — амортизаційні відрахування; P — витрати на поточний, капітальний ремонт і техогляд; Γ — вартість палива та мастильних матеріалів, електроенергії; M — витрати на допоміжні та основні матеріали, X — витрати на збереження.

Витрати на заробітну плату визначають за формулою:

$$З = \frac{\sum_{i=1}^n L_i Z_i K_{\text{дон}}}{W}, \quad (1.37)$$

де L_i — кількість обслуговуючого персоналу кожного i -го тарифного розряду, осіб; Z_i — погодинна тарифна ставка i -го розряду, грн/люд.-год; $K_{\text{дон}}$ — коефіцієнт підвищення розцінок за виконання плану та нарахувань до зарплати; i — розряд робіт.

У свою чергу, амортизацію визначають за формулою:

$$A = \frac{Ba}{WT_{\phi}}, \quad (1.38)$$

де a — норма амортизації у вигляді коефіцієнта; B — балансова вартість машини з урахуванням витрат на доставлення, монтаж, грн.

Можна також розрахувати амортизаційні відрахування для трактора, зчіпки та інших машин, що працюють з розглядуваною машиною. Вони розраховуються аналогічно за формулою 1.38. Тільки замість T_{ϕ} машини ставиться їхнє повне завантаження на всіх операціях.

Затрати на капітальний та поточний ремонт визначають за формулою:

$$P = \frac{Br}{WT}, \quad (1.39)$$

де r — коефіцієнт щорічних відрахувань на капітальний та поточний ремонт, T — нормативне річне навантаження машини, год.

Витрати на пальне та мастильні матеріали вираховуються перемноженням їхньої ціни та витрат:

$$\Gamma = P_n \Pi_n, \quad (1.40)$$

де P_n — витрати паливно-мастильних матеріалів на одиницю роботи, кг/од. роб.; Π_n — ціна паливно-мастильних матеріалів, грн/кг.

Формула витрат на основні та допоміжні матеріали має вигляд:

$$M = \frac{C_{\text{од}}}{W}, \quad (1.41)$$

де $C_{\text{од}}$ — витрати основних та допоміжних матеріалів, грн/год.

Аналогічно визначають витрати на збереження:

$$X = \frac{X_{zod}}{W}, \quad (1.42)$$

де X_{zod} — витрати на зберігання, грн/год.

Питомі капітальні вкладення визначають відношенням балансової ціни до її річного виробітку:

$$K = \frac{A}{W\dot{O}_o}. \quad (1.43)$$

Приведені витрати розраховується за формулою:

$$I = U + E_n K, \quad (1.44)$$

де U — собівартість одиниці продукції, грн; K — питомі капітальні затрати, грн; E_n — нормативний коефіцієнт ефективності.

Показник річного економічного ефекту — це різниця приведених витрат порівнюваних варіантів. Він розраховується за формулою:

$$E_p = (I_{\bar{o}} - I_n) W_n T_{af}, \quad (1.45)$$

де E_p — річний економічний ефект, грн, \bar{o} , n , — індекси, що означають базовий та новий варіанти технічних рішень.

У разі зміни якості та кількості продукції від використання с/г машини відносно попередньої, показник річної економічної ефективності визначають за формулою:

$$E_p = (I_{\bar{o}} - I_n + \Delta D) W_n T_{fn}, \quad (1.46)$$

звідки

$$\Delta D = Y_n C_{prn} - Y_{\bar{o}} C_{pr\bar{o}}, \quad (1.47)$$

де Y_n , $Y_{\bar{o}}$ — вихід продукції з одиниці площі при використанні базової та нової техніки, ц/га; $C_{\bar{o}}$, C_n — ціна одиниці продукції при використанні базової та нової техніки, грн/ц, ΔD — додатково отриманий дохід з одиниці площі, грн/га.

Звичайно, комплексна оцінка техніки включає в себе ще чимало показників, що характеризують економічний ефект від її використання. Залежно від умов господарювання, стадії оцінки, крім показника річної

економічної ефективності критеріальним показником можуть виступати ще ціла низка інших показників. Одні з них (залежно від ситуації) можуть виступати критеріальними показниками, а інші допоміжними. До них можна віднести такі показники: річна економія поточних витрат, ступінь зниження експлуатаційних витрат, продуктивність праці, працемісткість, показник звільнення робочої сили, комплексний коефіцієнт безпеки праці, матеріалоємність та енергоємність операцій, фактичний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень.

Таким чином, проаналізувавши наявні методи оцінки продукції кінцевих результатів діяльності підприємств щодо їхньої трансфоспроможності, можна стверджувати, що вони всі не позбавлені недоліків і так званих «вузьких місць». Проте кожен із методів має свої сильні сторони і застосування їх у практичній діяльності є науково обґрунтованим і доцільним.

1.3. Конкурентні показники і чинники як засіб забезпечення трансфоспроможності машинобудівних підприємств

У ринковій економіці всю повноту прав та обов'язків щодо організації реформ та проведення адаптивнотрансформаційних змін у фінансово-господарській діяльності беруть на себе підприємства, а основним механізмом регулювання цих процесів є конкуренція.

Якщо конкуренцію розглядати як змагання між виробниками на ринку за найвигідніші умови виробництва і збуту товару для одержання на цій основі максимально можливого прибутку, то тут вона виступає інструментом, що усуває існування або запобігає виникненню монопольних утворень. Конкуренція є найефективнішим контролером використання обмежених ресурсів, примушує підприємства систематично впроваджувати нові

технології, підвищувати продуктивність праці, знижувати ціни на товар, підвищувати його якість.

У свою чергу, товар — це все, що може задовольнити потребу або сподівання споживачів і пропонується ринку з метою привернення уваги, придбання, використання або споживання [57]. До категорії товарів відносять продукти праці, які можуть бути обміняні на ринку та здатні задовольняти потреби споживачів.

Продуктом праці, який набирає форми матеріалізованого об'єкта, є продукція. Окрім продукції, до категорії товарів належать виконані роботи та надані послуги. Залежно від соціальної функції товари можуть бути споживчого або промислового призначення. Основні відмінності між цими двома видами товарів полягають у різному характері їх споживання та в різних мотивах придбання.

Головним завданням учасника конкурентної боротьби є завоювання смаків та уподобань конкретних споживачів, максимізація прибутку, а не дії проти підприємств-суперників. У будь-якому випадку одержання перемоги можливе лише за умови володіння вміннями створювати переваги над конкурентами за рахунок споживчих характеристик товару або засобів його просування на ринку.

Конкурентна перевага певного виду товару — це одна або більше його споживчих властивостей, які відсутні або менш виражені у конкурентів. Конкурентна перевага на ринку збуту може оцінюватись рівнем конкурентоспроможності товару. Що більше конкурентних переваг має конкретний товар, то більш конкурентоспроможним він є, і то більший відсоток імовірності, що він буде проданий на ринку, а отже, дозволить забезпечити досягнення мети діяльності його продуцента.

Більшість вітчизняних та зарубіжних науковців при дослідженні категорії конкурентоспроможності товару використовують універсальний підхід. Проведений аналіз свідчить, що зазначені автори розглядають конкурентоспроможність товарів споживчого призначення. Відмінності між

товарами споживчого та промислового призначення, а також нетотожність понять «товар» і «продукція» зумовлюють необхідність установлення змісту поняття та показників конкурентоспроможності продукції промислового призначення.

Некоректність механічного перенесення висновків дослідження конкурентоспроможності споживчих товарів на продукцію промислового призначення може бути доведена на підставі аналізу основних складових ринків товарів споживчого та промислового призначення.

Однією з основних відмінностей даних ринків є різні споживачі. На ринку товарів промислового призначення покупцями виступають суб'єкти підприємницької діяльності, які закупають товари для виробництва інших товарів, що будуть продаватись, здаватись в оренду або постачатись іншим споживачам з метою отримання прибутку. Споживачами промислового ринку можуть бути юридичні особи — підприємства будь-яких організаційно-правових форм, що функціонують у різних галузях промисловості й невиробничої сфери, а також фізичні особи — приватні підприємці та інші.

На відміну від промислового ринку, покупці ринку товарів споживчого призначення не є суб'єктами підприємницької діяльності, вони купують товари для особистого споживання. Для споживчого ринку споживачами є переважно фізичні особи або групи фізичних осіб.

Порівняльна характеристика споживачів ринків товарів промислового та споживчого призначення представлена в таблиці 1.1.

Підприємницька діяльність на досліджуваних ринках здійснюється для задоволення потреб споживачів. На ринку товарів споживчого призначення потреба як характеристика стану людини виникає в результаті того, що особа є окремою біологічною істотою, і в той же час вона є складовою суспільної системи і перебуває під її постійним впливом.

Таблиця 1.1

Основні характеристики споживачів ринків товарів промислового

та споживчого призначення

№ з\п	Показники, що характеризують споживачів ринку товарів	Характеристика ринків товарів	
		промислового призначення	споживчого призначення
1	Переважаючий тип особи споживача	суб'єкти підприємницької діяльності (юридичні та фізичні особи)	фізичні особи
2	Розташування споживачів	сконцентровані географічно	географічно несконцентровані
3	Кількість покупців	відносно невелика	значна
4	Фактори обізнаності щодо корисності товарів	професійна підготовка	інтуїція або зовнішня інформація
5	Участь у процесі купівлі товарів	колегіальна	одноособова

Зміст потреби визначається багатьма факторами, які зумовлюються особливостями людини.

На ринку товарів промислового призначення потреба зумовлюється специфікою галузі промисловості чи невиробничої сфери, особливостями використовуваних технологій, стратегією розвитку конкретних суб'єктів підприємницької діяльності.

На потреби споживачів обох ринків по-різному впливають загальний стан економіки, форс мажорні обставини (загострення політичної ситуації, стихійне лихо, екологічні катастрофи) тощо.

У таблиці 1.2 наведена порівняльна характеристика потреб споживачів на ринках товарів промислового та споживчого призначень.

Таблиця 1.2

Основні характеристики потреб споживачів на ринках товарів промислового та споживчого призначення

№ з\п	Показники, що характеризують потреби споживачів ринку товарів	Характеристика потреб споживачів ринків товарів	
		промислового призначення	споживчого призначення
1	Фактори формування потреб	галузевий, міжгалузевий, персоніфікований	національні, географічні, вікові, статеві, соціально-групові

2	Динамізм потреби	відносно невисокий	високий
3	Фактори найбільшого впливу на динамізм потреби	науково-технічний прогрес	мода
4	Характер виникнення потреб	техніко-технологічний, соціально-економічний	особистий, сімейний
5	Необхідність узгодження з іншими потребами	Висока	невисока
6	Необхідність формалізації через кількісні характеристики товару	Висока	невизначена
7	Фактори створення бар'єрів задоволення потреби	обмеження ресурсів, політична нестабільність	обмеження платоспроможності, стан фізичного та психологічного здоров'я

Відомо, що потреба — категорія динамічна і перебуває в русі від нижчого до вищого рівня згідно з ієрархією потреб споживачів. Тому необхідно володіти великим досвідом та обсягом інформації, щоб своєчасно виявляти потреби потенційних покупців, а ще більшу майстерність — щоб прогнозувати їх появу (зміну) у часі й просторі.

Найважливішою метою товаровиробника у зв'язку із цим стає прогнозування попиту споживачів на підставі вивчення їхніх потреб, зміна відповідних вимог до товару та своєчасна його пропозиція.

Цілком очевидно, що внаслідок відмінностей споживачів та їхніх потреб, попит на ринках товарів споживчого та промислового призначення може зумовлюватись різними чинниками (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Основні характеристики попиту на товари промислового
та споживчого призначення**

№	Показники попиту на ринку товарів	Характеристика попиту на ринках товарів	
		промислового призначення	споживчого призначення
1	Види попиту	новий, відновлений, модернізований	новий, відновлений
2	Характер попиту відносно кінцевого споживача	Вторинний	первинний
3	Еластичність попиту	менш еластичний	більш еластичний
4	Динамічність попиту	відносно стійкий	нестійкий
5	Ступінь зв'язку з показниками взаємозамінності товару	Високий	невисокий
6	Фактори величини попиту	масштаби підприємства, дохідність підприємства, частка ринку, особливості товару та технології його виробництва	вік, сімейний стан, рівень доходів, соціальний статус, уподобання
7	Джерела фінансування попиту	власні кошти, позикові кошти, кошти цільового фінансування (бюджетні, спеціальних фондів тощо)	переважно власні кошти

Найбільшою мірою відмінності промислового та споживчого ринків ілюструє об'єкт обміну — товар, за допомогою якого виробники прагнуть завоювати визнання та гроші споживачів. Оскільки товаром може бути продукція, а також роботи й послуги, то особливості кожного з цих видів товару можуть додатково впливати на показники ринків.

Призначення промислової продукції може бути різним залежно від галузі застосування та ролі продукції в технології споживача. Споживча продукція, як правило, призначена для виконання вузького кола спеціальних завдань. Промислові споживачі можуть впливати на процес виготовлення продукції промислового призначення як безпосередньо (через вибір і

замовлення певного виду матеріалів або розмірів продукції), так і опосередковано (через рекомендації щодо певних постачальників і партнерів для виробника).

Основні відмінності продукції промислового та споживчого призначення зумовлені особливостями потреби та попиту споживачів на двох зазначених ринках і полягають як у специфіці корисних споживчих характеристик продукції, так і у засобах маркетингового сприяння її збуту. Так, зокрема, мотиви придбання продукції промислового призначення мають конкретний раціональний характер, а споживач продукції споживчого призначення може керуватись абстрактними міркуваннями, діяти під впливом особистого психологічного імпульсу. Продукція споживчого призначення переважно є продукцією кінцевого споживання, вона не має подальшого обігу на ринку. Продукція промислового призначення купується для виготовлення іншої продукції (надання послуги, виконання роботи), яка (результат якої) у подальшому також буде товаром на ринку.

Споживачі продукції споживчого призначення можуть теж впливати на виробника, але цей вплив обмежується платоспроможністю споживачів (індивідуальне замовлення на виготовлення продукції може дозволити собі споживач із рівнем доходів вищим, ніж середній).

Особливостями споживачів обумовлюється застосування певного типу каналу розподілу продукції. На ринку продукції промислового призначення переважно використовують прямі канали, на ринку продукції споживчого призначення — як правило, непрямі канали з великою кількістю ланок.

Відмінності ринків споживчого та промислового призначення підтверджують необхідність диференційованого підходу до визначення конкурентоспроможності продукції промислового призначення. Отже, визначення конкурентоспроможності продукції промислового призначення має базуватися на дослідженні особливостей і взаємозв'язку таких складових промислового ринку, як потреба, попит, споживач, продукція.

Під час проведення дослідження слід розрізняти поняття промислової

продукції та продукції промислового призначення. Поняття промислової продукції є ширшим, оскільки це матеріалізований результат процесу трудової діяльності, що має корисні властивості та призначений для використання споживачами для задоволення їхніх потреб як суспільного, так і особистого характеру. Промислова продукція може бути як промислового, так і споживчого призначення.

Промислова продукція може класифікуватись за різними критеріями. Так, виділяють такі критерії: швидкість перенесення вартості; роль продукції у виробництві; величина вартості продукції; рівень прийняття рішень про купівлю продукції [57].

Кожен з наведених критеріїв класифікації дозволяє охарактеризувати промислову продукцію лише частково на підставі виділення одного аспекту особливостей споживчих характеристик або використання продукції.

Класифікація продукції за характером її використання дозволяє комплексно охопити особливості промислової продукції.

За такою ознакою промислова продукція поділяється на два класи:

- Продукція, яка витрачається при використанні.
- Продукція, яка витрачає свій ресурс.

Перший клас продукції поділяють на такі три групи: сировина і природне паливо; матеріали і продукти; витратні вироби.

Другий клас продукції поділяється на дві групи: продукція, яка не підлягає ремонту (неремонтована продукція); продукція, яка підлягає ремонту (ремонтована продукція).

Продукція другого класу вимірюється в штуках; одиницею штучної продукції є виріб.

Об'єктом дослідження конкурентоспроможності продукції промислового призначення обрано групу ремонтованої продукції з таких міркувань. Продукція, що піддається ремонту, перебуває у використанні понад один рік, тому саме щодо неї застосовують термін «експлуатація», а не термін «споживання». При споживанні продукції, яка не ремонтується, задоволення

потреби відбувається до цілковитої втрати працездатного стану продукції. Оскільки така продукція ремонту не підлягає, то для багаторазового задоволення потреби споживач змушений ще раз купувати таку саму або аналогічну продукцію.

Натомість продукція, що підлягає ремонту, є технічно складнішою системою, для підтримання якої в працездатному стані необхідні витрати коштів та часу споживачів. Строк служби такої продукції зумовлюється особливостями власне продукції, умовами її використання та відновлення, темпами науково-технічного прогресу. До процесу купівлі такої продукції промисловий споживач підходить більш виважено, обґрунтовуючи прийняття рішень з позицій конкурентних переваг і недоліків продукції та ролі даної продукції у власному технологічному процесі. При цьому необхідною стає умова забезпечення достовірного оцінювання рівня КСП.

Конкурентоспроможність продукції можна трактувати як спроможність продукції бути проданою на певному ринку протягом певного часового періоду. КСП залежить від багатьох факторів, тому є поняттям багатоаспектним і комплексним.

На конкурентоспроможність продукції впливають її власні особливості (рівень якості, у тому числі патентоздатність, відповідність нормам і вимогам міжнародних і національних стандартів, рекомендацій, правил з техніки безпеки, охорони здоров'я й оточуючого середовища тощо); рівень передпродажних та продажних послуг; умови гарантійного й безгарантійного обслуговування, включаючи забезпечення запасними частинами і необхідною технічною документацією, навчання покупців правилам експлуатації, строки гарантій; наявність сертифіката якості або знака відповідності; наявність патентної чистоти, патентного захисту, зареєстрованого товарного знака; строки й умови оплати — надання кредиту, розстрочення платежів, розмір початкового та наступного внесків.

На КСП впливають також фактори ірраціонального характеру (сліпе бажання споживача мати продукцію, його готовність і можливість платити

гроші, елементи зацікавленості та гри, які виникають у ринкових відносинах). Ця проблема постає лише в конкурентному середовищі, обов'язковою умовою якого є наявність понад одного продуцента. КСП — це відносна характеристика продукції, що базується на порівнянні значень показників конкурентоспроможності оцінюваної продукції з базовими значеннями. Тому під час оцінювання та регулювання КСП оперують поняттям «рівень КСП».

З урахуванням вимог конкретного ринку КСП зумовлюється оптимальним на певний час співвідношенням між рівнем якості продукції, рівнем її маркетингового просування, рівнем сервісу та витрат на її придбання й використання. Оптимальне співвідношення означає взаємовигідність умов продажу та використання продукції як для споживачів, так і для виробників. Оптимальність і прийнятність цього співвідношення для конкретної продукції забезпечує високу ймовірність її вибору та купівлі споживачами.

Рівень КСП на різних ринках у різний часовий період залежить від особливостей ринку (країни, регіону), співвідношення між попитом і пропозицією на аналогічну продукцію, кліматичних умов споживання продукції тощо.

До факторів, що визначають стан ринку та впливають на рівень КСП, відносять: тенденції розвитку економіки та ринку, тенденції науково-технічного прогресу, стійкі зрушення в структурі споживання товарів (довготермінові фактори); коливання ринкової кон'юнктури, раптова поява конкурента, зміна моди (короткотермінові фактори).

Аналіз свідчить: крім факторів, що наведені вище, конкурентоспроможність продукції визначають такі показники ринку:

- розміри ринку збуту, які позначаються на величині попиту на продукцію;
- стабільність ринкової позиції виробника, що зумовлюється сформованим іміджем та діловою репутацією виробника;

- позиціонування продукції на ринку, яке встановлюється на підставі конкурентних переваг продукції;
- ринковий потенціал продукції, який формується залежно від етапів життєвого циклу продукції;
- кількість конкурентів-аналогів та конкурентів-субститутів (їх частка ринку), яка зумовлюється ступенем новизни (унікальності, неповторності) продукції.

До одного з найважливіших факторів КСП традиційно відносять якість продукції. Низький рівень якості продукції взагалі не дозволяє виробнику сподіватись на довіру споживачів. Натомість, високий рівень якості продукції є необхідною, але не достатньою умовою високого рівня КСП.

Згідно із сучасною термінологією, регламентованою міжнародними стандартами в галузі менеджменту якості, якість — це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги; вимога — сформульована потреба або очікування, загальнозрозуміла або обов'язкова.

Виходячи з визначення цих термінів, якість продукції можна охарактеризувати як ступінь, до якого сукупність притаманних продукції властивостей задовольняє загальнозрозумілі або обов'язкові сформульовані потреби чи очікування споживачів.

Під властивістю розуміється об'єктивна особливість продукції, яка може проявлятися при створенні продукції, її експлуатації або споживанні.

На якість продукції впливають такі взаємопов'язані види діяльності, як проектування, виробництво, процес експлуатації (у тому числі обслуговування, ремонт). Вони зумовлюють різні сторони якості: якість продукції як результат розробки, якість продукції як об'єкт виготовлення, якість продукції як об'єкт експлуатації або споживання.

На сучасному етапі науково-технічного прогресу якість продукції трактується як більш містке поняття. Це пов'язано з тим, що для продукції промислового призначення, окрім ступеня споживчої корисності, суттєвою є і ступінь її технічної досконалості, яка проявляється як під час створення, так і

в процесі експлуатації продукції. Тому поряд із показниками якості продукції для її характеристики використовують і показники технічного рівня. Оскільки ті самі властивості продукції можуть виражати як власне якість, так і технічну досконалість продукції, то чіткої межі між показниками технічного рівня та показниками рівня якості провести не можна.

Саме тому, коли дають характеристику продукції, кажуть про її технічний рівень і якість, тобто про якість у найбільш широкому розумінні слова.

Кількісне оцінювання будь-яких властивостей або станів продукції здійснюється за допомогою системи параметрів продукції. Усі параметри можна класифікувати за стадіями життєвого циклу продукції. До параметрів, що характеризують продукцію як об'єкт проектування, можна віднести трудомісткість, собівартість, тривалість процесу проектування; рівень дефектів у конструкторській і технологічній документації на продукцію; ступінь автоматизації та уніфікації процесу проектування тощо.

На стадіях виготовлення продукції виокремлюються дві групи параметрів: виробничо-технологічні і експлуатаційні.

Виробничо-технологічні параметри продукції характеризують продукцію як об'єкт виробництва в умовах промислового підприємства. До них належать, наприклад, допустимі відхилення параметрів продукції, вузлів, деталей; ступінь стандартизації та уніфікації; трудомісткість і собівартість продукції у виробництві та інше. Сукупність виробничо-технологічних параметрів продукції зумовлює придатність продукції задовольнити виробничі потреби (потреби виробника) і характеризують якість продукції з погляду її виготовлення.

Експлуатаційні параметри продукції характеризують продукцію як об'єкт споживання і відображають властивості, що пов'язані із задоволенням потреб споживача. До таких параметрів слід віднести продуктивність, швидкодію, точність, чутливість, безвідмовність, стабільність, габарити, масу та інше.

Якість продукції з погляду її споживання або експлуатації зумовлюється сукупністю споживчих властивостей (із врахуванням їх значущості для задоволення потреби), які визначають експлуатаційну придатність продукції відповідно до її призначення.

Показник якості продукції — це кількісна характеристика одної або кількох властивостей продукції, які складають її якість, що розглядається стосовно до певних умов її створення або споживання.

Необхідність класифікації показників якості продукції продиктована необхідністю встановлення максимально можливої кількості корисних для споживачів властивостей продукції, кількісного оцінювання їх рівня, а також потребою порівняння окремих видів продукції між собою.

Для визначення рівня КСП важливими є показники якості продукції, що характеризують продукцію як об'єкт експлуатації. До таких показників якості продукції слід віднести експлуатаційні й обмежувальні показники, показники додаткових (сервісних) функцій.

Експлуатаційні показники якості продукції включають показники призначення, надійності, ергономічні, естетичні, екологічні показники, показники безпеки, показники уніфікації; до обмежувальних показників належать показники транспортабельності, патентно-правові показники та показники, що відображають узгодження властивостей продукції із зовнішніми умовами її використання.

Показники призначення характеризують основні функції, для виконання яких продукція виготовляється й купується. До показників призначення належать класифікаційні показники, що характеризують належність продукції до певного типорозмірного чи параметричного ряду; конструктивні показники, які характеризують основні проектно-конструкторські рішення, зумовлені призначенням продукції; показники функціональної і технічної ефективності, що визначають корисний ефект від експлуатації продукції, у тому числі й показники універсальності продукції, які характеризують спроможність продукції бути застосованою у

виробничому процесі споживача з різною метою, тобто багатоваріантність продукції.

Показники надійності визначають і характеризують спроможність продукції виконувати необхідні функції в заданих умовах протягом заданого періоду часу. До показників надійності відносять показники безвідмовності, які характеризують властивості продукції безперервно зберігати працездатність протягом певного часу або певного напруження; показники довговічності, що зумовлюють властивості продукції зберігати працездатність до настання граничного стану при встановленій системі технічного обслуговування і ремонтів; показники ремонтпридатності, котрі характеризують властивості продукції щодо пристосованості до попередження і виявлення причин пошкоджень та їх усунень шляхом проведення ремонтів і технічного обслуговування; показники збережаності, які визначають властивості продукції зберігати працездатний стан протягом і після зберігання і/або транспортування.

Ергономічні показники характеризують систему «людина–продукція» і враховують комплекс властивостей людини, які проявляються у виробничих процесах. Ці показники зумовлюють рівень напруженості та інтенсивності праці обслуговуючого персоналу. До ергономічних показників відносять гігієнічні показники, що характеризують відповідність продукції гігієнічним умовам життєдіяльності й працездатності людини при її взаємодії з продукцією в конкретному середовищі; антропометричні показники, що визначають відповідність розмірів і форм продукції та окремих її елементів розмірам, формі й масі людського тіла та окремих його частин; фізіологічні та психофізіологічні показники, які характеризують відповідність властивостей продукції фізіологічним можливостям людини і особливостям функціонування її органів чуттів; психологічні показники, за допомогою яких оцінюється відповідність продукції психологічним особливостям людини.

Естетичні показники характеризують чуттєве сприйняття обслуговуючим персоналом зовнішнього вигляду та оформлення продукції.

До естетичних показників відносять показники інформаційної виразності, що характеризують спроможність форми продукції відображати усталені естетичні уявлення та культурні норми; показники раціональності форми, які визначають відповідність форми продукції гармонічному поєднанню її призначення та конструктивного рішення ергономічним вимогам і особливостям експлуатації; показники цілісності композиції, які характеризують гармонічність взаємозв'язку елементів форми продукції та її узгодженість з комплексом інших елементів технологічного процесу споживача; показники зовнішнього вигляду продукції характеризують ступінь довершеності та стабільності виробничого виконання зовнішнього оформлення продукції та дозволяють оцінити естетичне сприйняття форми продукції.

Екологічні показники характеризують рівень шкідливих впливів (хімічних, світлових, звукових, радіаційних тощо) на навколишнє середовище, які виникають під час використання продукції. Для обґрунтування необхідності залучення екологічних показників для оцінки якості продукції потрібно провести аналіз процесів її використання з метою вияву можливих шкідливих впливів продукції на зовнішнє середовище. При оцінці рівня якості продукції з врахуванням екологічних показників слід виходити із вимог (норм) з охорони зовнішнього середовища (прийнятих міжнародних технічних регламентів і норм; стандартів і рекомендацій міжнародних природоохоронних організацій тощо).

Показники безпеки характеризують особливості продукції, що зумовлюють заходи і засоби захисту людини в умовах аварійної ситуації. При оцінюванні рівня якості продукції промислового призначення слід виходити із вимог (норм) з техніки безпеки (системи державних стандартів з безпеки праці, правил і норм з техніки безпеки, пожежної безпеки тощо).

Показники уніфікації характеризують насиченість продукції стандартними, уніфікованими та оригінальними складовими елементами, а також рівень уніфікації з іншою продукцією. Показники уніфікації пов'язані з

конструктивними показниками, що забезпечують взаємозамінність продукції, а також з показниками ремонтпридатності, які дозволяють оцінити рівень якості продукції під час здійснення ремонту та технічного обслуговування продукції.

Частими є випадки, коли до показників, які визначають рівень КСП, відносять показники технологічності, що характеризують властивості продукції, які зумовлюють величину всіх видів ресурсів (матеріальних, енергетичних, паливних, трудових, фінансових, ресурсів часу тощо), котрі витрачаються під час виготовлення продукції. Ці показники характеризують продукцію як об'єкт виготовлення і можуть використовуватись для визначення рівня КСП у разі, коли суб'єктом оцінювання виступає товаровиробник. Тоді показники технологічності можуть застосовуватись для вирішення проблем доцільності налагодження випуску певного виду продукції, вибору оптимальної технології з урахуваннями серійності та тривалості виробничого циклу або для оцінювання конкурентоспроможності підприємства-виробника.

Окремо слід виділити показники якості продукції, які характеризують продукцію на етапі її реалізації та визначають її спроможність бути представленою на певному ринку збуту. Забезпечення нормативних значень таких показників є обов'язковим та має примусовий характер щодо певного ринку збуту. Оскільки регламентування цих показників обмежує потенційну величину пропозиції продукції на ринку, їх можна назвати обмежувальними показниками, до яких належать показники транспортабельності, патентно-правові показники та показники, що відображають узгодження властивостей продукції із зовнішніми умовами її використання.

Показники транспортабельності характеризують пристосованість продукції до процесу транспортування (переміщення в просторі), яке не пов'язано з її використанням.

Патентно-правові показники зумовлюють патентний захист і патентну чистоту продукції. Показники патентного захисту характеризують ступінь

захисту нових технічних рішень, утілених у продукції, власними патентами та іншими свідоцтвами виключного права на об'єкти промислової власності в межах певної країни і в країнах прогнозованого експорту продукції або продажу ліцензій.

Показники патентної чистоти характеризують можливість безперешкодної реалізації продукції як у певній країні, так і за кордоном. Показники патентної чистоти виражають ступінь відтворення в продукції, призначеній для продажу лише в межах країни, технічних рішень, що не підпадають під дію патентів та інших документів виключного права на об'єкти промислової власності третіх осіб, виданих у цій країні; у продукції, призначеній для продажу за кордоном — технічних рішень, що не підпадають під дію патентів та інших свідоцтв виключного права третіх осіб, виданих у країнах прогнозованого експорту продукції або продажу ліцензій. Продукція є патентно чистою відносно певної країни, якщо вона не містить технічних рішень, що підпадають під дію патентів, свідоцтв виключного права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки тощо, зареєстровані в цій країні.

Показники зовнішніх умов використання продукції характеризують можливість продукції бути використаною у певних кліматичних та інших експлуатаційних умовах зовнішнього середовища.

Покращення технічного рівня та якості виробів промислового призначення пов'язано не лише з підвищенням рівня їх експлуатаційних та обмежувальних показників, але й із забезпеченням додаткових (сервісних) функцій, виконуваних цими виробами під час їх експлуатації. Додаткові (сервісні) функції не змінюють основного призначення виробу. До сервісних функцій можна віднести такі, що спрощують процес експлуатації (наприклад, автоматизація управління виробом, яка полягає в забезпеченні можливості автоматичного початку й закінчення роботи, вибору режимів експлуатації, регулювання параметрів тощо), розширюють кількість отримуваних вигод від використання виробу (наприклад, забезпечення можливості отримання

додаткової аналітичної інформації про процес експлуатації виробу) та інше.

Конструктивно виконання сервісних функцій реалізується шляхом введення до складу виробу певних пристроїв (блоків) спеціального призначення. Ураховуючи те, що показники таких пристроїв розглядаються відокремлено і до номенклатури експлуатаційних показників виробу не належать, виникає необхідність виділення і окремого врахування цих функцій продукції при оцінюванні рівня КСП.

Високий рівень якості продукції не гарантує виробникові стовідсоткового збуту продукції. За обставин високої гостроти конкурентної боротьби на сучасному ринку необхідною умовою його високого рівня є застосування виробником інструментів маркетингового сприяння збуту продукції. Значущість елементів системи просування продукції на промисловому ринку нижча, ніж на споживчому ринку.

Показники маркетингового просування визначають ефективність використання маркетингових комунікаційних засобів для забезпечення КСП і характеризують вплив виробника на вибір споживача, створення в нього позитивного образу продукції та високого рейтингу товаровиробника. Дані показники зумовлюють рівень корисності для споживача створеної на підприємстві системи формування попиту та стимулювання збуту.

До показників маркетингового просування продукції промислового призначення належать показники реклами, паблік рилейшинз, які характеризуються охопленням контактної аудиторії, регулярністю та стабільністю контактів, періодом підготовки, можливостями налагодження різних форм зворотного зв'язку тощо.

Унаслідок технічного прогресу продукція промислового призначення стає складнішою, її монтаж, профілактика та ремонт здійснюються лише професіоналами, які пройшли спецпідготовку. Показники сервісу (обслуговування) стають показниками, що визначають рівень КСП. Тому при виборі споживачами продукції на промисловому ринку враховуються показники обслуговування продукції при її придбанні та експлуатації в

споживача. Сервіс включає комплекс послуг, що надаються споживачу для забезпечення оптимального варіанту придбання та ефективної експлуатації продукції протягом строку її служби.

Для оцінювання рівня КСП слід окремо розділити поняття якості та вартості надання сервісних послуг.

Показники якості сервісних послуг дозволяють оцінити послуги з погляду їх можливості задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживачів протягом процесу купівлі та використання продукції за сукупністю корисних властивостей сервісних послуг. Особливості визначення показників якості сервісу зумовлюються специфікою послуг.

Показники вартості сервісних послуг, які надаються при купівлі продукції, визначають величину витрат, які оплачуються споживачем та включаються до вартості придбання продукції. Показники вартості сервісу в процесі експлуатації продукції характеризують величину витрат, які, залежно від терміну гарантійного обслуговування, слід оплатити виробнику або споживачу.

Частими є випадки, коли показники сервісу відносять до складу показників якості продукції. Оскільки, як було встановлено, якість продукції і якість сервісних послуг за своєю суттю — різні речі, при дослідженні КСП показники якості сервісу відокремлюються. Комплекс послуг допродажного та післяпродажного обслуговування продукції може диференціюватися в просторі й часі.

Під час дослідження показників якості надання сервісних послуг слід урахувати інформаційний, організаційний та технічний аспект сервісу продукції.

Показники послуг з інформаційного обслуговування характеризують рівень якості послуг, пов'язаних із процесом теоретичного або практичного ознайомлення споживачів із експлуатаційними параметрами продукції. До показників, що дозволяють оцінити рівень якості інформаційних послуг, що надаються при купівлі продукції, можна віднести показники якості порад та

інформаційних довідок, що надаються суб'єктами сервісу; навчання й консультування обслуговуючого персоналу споживача тощо. До показників, що дозволяють оцінити рівень якості інформаційних послуг, які надаються в процесі експлуатації, можна віднести якість супроводжувальної документації на експлуатацію виробу; навчання обслуговуючого персоналу з метою підвищення кваліфікації та інше.

Організаційні показники якості послуг визначають рівень якості процесів передачі права власності на продукцію від виробника (продавця) до споживача та організації надання послуг протягом процесу експлуатації. До показників, що дозволяють визначити якість послуг під час продажу продукції, слід віднести показники процесу організації замовлення продукції (простота та зручність оформлення необхідної документації тощо); показники умов поставок продукції споживачу (швидкість, надійність, ритмічність поставки, комплектність продукції); показники умов упровадження продукції в споживача (монтаж і наладка, супроводження) тощо. До показників, що дозволяють визначити якість організаційних послуг під час експлуатації продукції, можна віднести показники умов надання послуг технічного обслуговування (доступність сервісних служб, зручність часу і місця надання послуг) та інше.

Показники послуг з технічного обслуговування (гарантійного та післягарантійного) характеризують рівень послуг, що забезпечують підтримання продукції в працездатному стані протягом всього часу її експлуатації в споживача. Такі показники дозволяють оцінити рівень сервісу за умовами гарантійного обслуговування (терміни гарантій, повнота номенклатури та регулярність гарантійних послуг) і якість технічних послуг (швидкість, надійність послуг та інше).

Фактором особливої важливості для забезпечення КСП є вартість продукції. Категорія вартості продукції охоплює всі види витрат, які несе споживач при її купівлі та експлуатації. У вітчизняній літературі часто використовують термін «ціна споживання» продукції для позначення суми

цін придбання та експлуатації продукції. Такий підхід є доцільним для продукції споживчого призначення, оскільки передбачає наявність кінцевої ціни придбання з урахуванням цінової надбавки (знижки). Натомість для продукції промислового призначення показники вартості відображають витрати із забезпечення тих параметрів продукції, які споживач вважає необхідними та корисними при її купівлі та використанні. Саме ці витрати він повинен оплатити протягом усього строку служби продукції.

Споживач продукції промислового призначення, на відміну від споживача продукції споживчого призначення, може брати участь у процесі створення продукції. Виставляючи вимоги до показників корисності продукції, споживач через величину їх вартості зможе оцінити необхідність і можливість реалізації своїх вимог.

Окрім того, на ринку продукції споживчого призначення результати оцінювання КСП можуть призвести або до купівлі, або до відмови від купівлі продукції. На ринку продукції промислового призначення є третій варіант рішення: споживач може власними силами виготовити необхідну продукцію (за умови достатності ресурсів).

Метод визначення ціни споживання та вартості продукції відрізняється тим, що величина останньої зумовлюється складом показників якості продукції, сервісу та маркетингового просування.

Для дослідження КСП доцільно використовувати поняття «вартості продукції», яке є значно ширшим і дозволяє більш комплексно підійти до оцінки цього рівня. Показники вартості придбання продукції визначають і характеризують одноразово оплачені споживачем при купівлі продукції витрати на її виготовлення, збут та гарантійне обслуговування. До показників вартості, що враховують цінові податки та збори, слід віднести: вартість виготовленої продукції; вартість маркетингового просування продукції, вартість інформаційного та організаційного обслуговування.

Особливо слід відзначити показники, що характеризують величину фінансового сприяння збуту продукції: умови оплати продукції, форми

розрахунків, умови кредиту, системи знижок тощо.

Показники вартості експлуатації продукції дозволяють оцінити рівень витрат споживача протягом прогнозованого корисного строку служби продукції. До таких показників відносять: вартість використання продукції за призначенням, вартість технічного обслуговування й ремонтів, страхові платежі, майнові, екологічні, ресурсні податки і збори.

Дослідженням встановлено, що для оцінювання рівня КСП доцільно використовувати систему таких показників: якості продукції, сервісу, маркетингового просування продукції, що характеризують її корисність та дозволяють оцінити задоволеність споживача показниками продукції. Вони характеризують сприйняття споживачем ступеня виконання його потреб або очікувань при придбанні та експлуатації продукції промислового призначення. Тому показники цих груп вважаємо показниками корисності.

На відміну від показників корисності продукції, група показників вартості характеризує рівень витрат споживача із задоволення певної потреби.

Дослідження показали, що виділені чотири групи показників, які визначають рівень КСП, мають різний характер, проте пов'язані між собою. Так, наприклад, величина показників вартості продукції та кількість її складових обумовлюються величиною та складом показників якості продукції, якості сервісного обслуговування та маркетингового просування продукції. Забезпечення необхідної величини експлуатаційних показників якості продукції відбувається через дотримання відповідного рівня показників якості сервісних послуг. У свою чергу, значення показників якості сервісу визначається значною мірою рівнем показників якості продукції. Установлені загальні взаємозв'язки між групами показників КСП схематично показані на рис. 1.5.

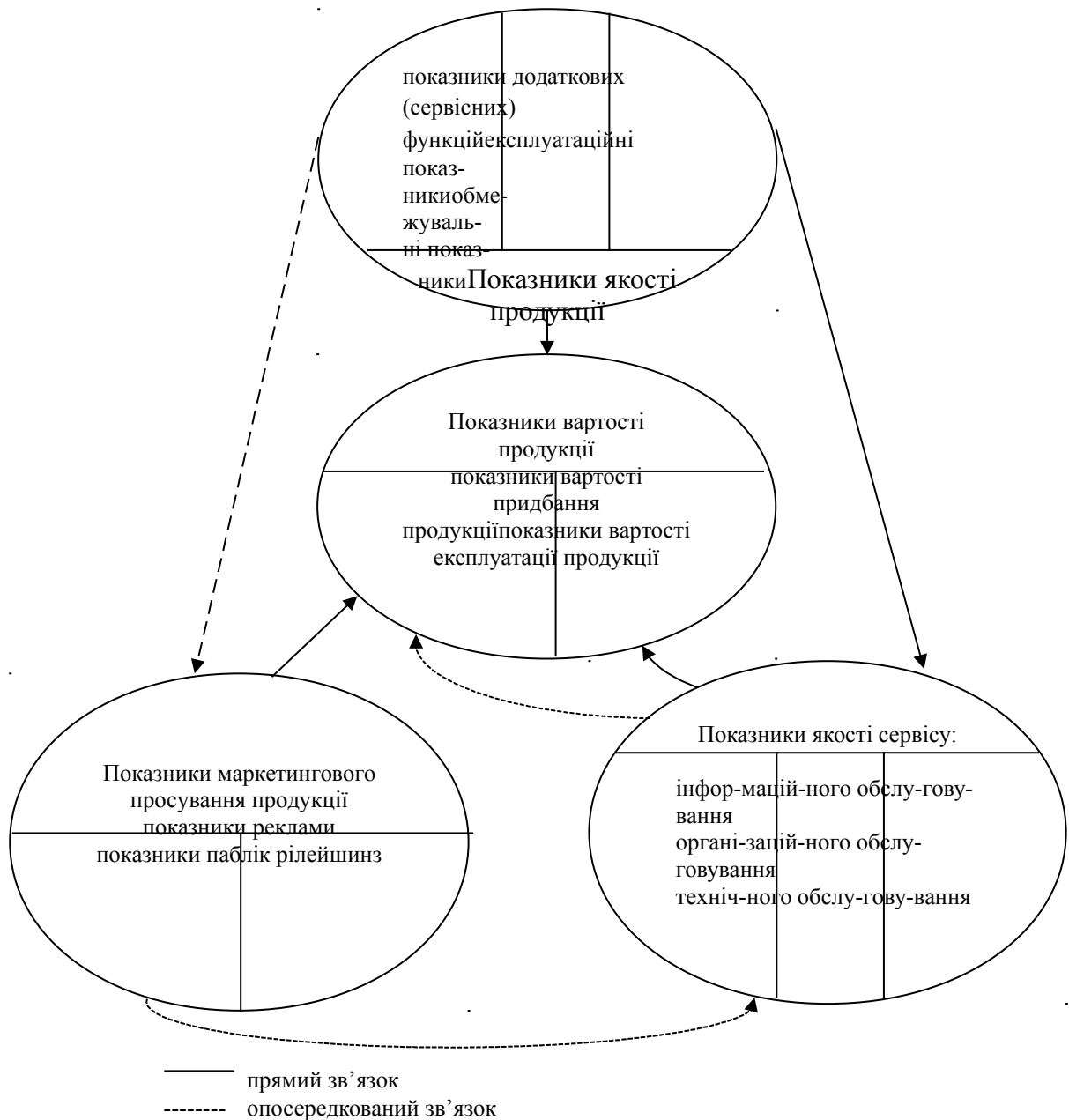


Рис. 1.5. Схема загальних взаємозв'язків між групами показників КСП

Залежно від цілей оцінювання КСП до кожного виду продукції може бути здійснена персоніфікація систем показників, які найповніше характеризують її конкурентоспроможність. Обґрунтування вибору індивідуальної системи показників КСП за кожною групою здійснюється з урахуванням призначення та галузі застосування конкретної продукції.

Наприклад, маса вимірювального приладу, використовуваного в стаціонарних умовах, не є показником, що забезпечує першочергові потреби

споживача, тоді як вимоги споживача до маси бортового вимірювального приладу іноді є вирішальними.

Кількість, зміст та значущість (важливість) показників КСП за групами зумовлюються такими факторами:

- характером причини виникнення попиту на продукцію;
- станом розвиненості та умовами конкурентної боротьби на ринку (сегменті) збуту продукції;
- особливостями споживачів та специфікою умов використання продукції;
- життєвими стадіями продукції або етапом економічного циклу життя продукції;
- суб'єктом та ціллю проведення оцінювання рівня КСП;
- вимогами до точності при оцінюванні рівня КСП.

Залежно від цілей оцінювання КСП деякі зі складових перерахованих вище груп його показників можуть бути відсутні. За необхідністю вводяться додаткові показники груп, що характерні для оцінюваної продукції.

Отже, рівень КСП визначається співвідношенням між показниками, що оцінюють рівень корисності продукції для споживача (якості продукції, сервісних послуг, маркетингового просування продукції) та рівень її вартості протягом корисного строку служби продукції.

Реальна зміна організаційно-правових форм господарювання в бурякоцукровому підкомплексі України, тобто перетворення цукрових заводів у відкриті акціонерні товариства, розпочався вже на початку 1990-х років. Уже на 1.01.1998 року в системі Міністерства АПК України 93% цукрових заводів були приватизовані. У той же час чинні нормативні акти щодо приватизації майна в системі АПК надавали перевагу акціонерним відносинам. Зазначені перетворення в переробних підприємствах і бурякосійних господарствах мали вирішити цілу низку проблем: сприяти створенню ефективної соціально-орієнтовної ринкової економіки; сформувати підприємливого власника; залучити інвестиції в бурякоцукрове

виробництво та інші. Проте цього не сталося, і Україна за якихось 5 років перетворилася з одного зі світових лідерів виробництва цукру з цукрових буряків у потенційного імпортера цієї продукції.

Головною причиною кризового стану в бурякоцукровому підкомплексі стала проблема неврегульованості взаємовідносин між бурякосійними господарствами та цукровими заводами. Насправді занепад бурякоцукрового виробництва можна пояснити ігноруванням системного підходу до організаційно-правових змін у цій сфері. Як сфера товарного обороту ринок залежить від природно-економічних особливостей його розміщення, стану та розвитку агропромислового виробництва, щільності населення, його платоспроможності, рівня розвитку ринкової інфраструктури та інших чинників. Від їх вирішення значною мірою залежить доля бурякоцукрового підкомплексу.

Ринкова інфраструктура — це комплекс галузей і служб для створення оптимальних умов нормального функціонування ринку на мікро- мезо- і макрорівнях.

Створення ринкових інфраструктурних ланок, які б відповідали новим раціональним умовам господарювання є однією з проблем бурякоцукрового підкомплексу.

Поняття ринкової економіки дуже складне, розпливчате, багатогранне, охоплює цілий комплекс категоріальних понять, особливостей і закономірностей товарних і грошових відносин. Вона пройшла досить тривалий і великий шлях свого розвитку, структурного і якісного оновлення — від зародження первісних форм до сучасних високорозвинутих і досконалих систем з різними моделями їх формування та функціонування. Тому, переходячи до ринкової економіки, потрібно точно визначитися, до чого саме ми йдемо, який вплив це матиме на розвиток економіки і кожної її галузі.

Ринок — це система товарно-грошових відносин, сфери обміну, які відбуваються в процесі виробництва і розподілу матеріальних благ. Ринкові

відносини характеризують рівень розвитку виробництва і товарно-грошових відносин, стан і співвідношення попиту та пропозицій на товари й послуги в масштабах окремого регіону країни чи світової економічної системи. У масштабах окремого регіону, міста чи села ринок є місцем продажу товарів. Розрізняють місцеві, регіональні, загальнодержавні, континентальні і світові ринки.

Ринок виникає в результаті суспільного і територіального поділу праці, з яких перший є відособленням різних видів виробництв; при ньому товаровиробники займаються виробництвом різних видів продукції, яка стає предметом обміну. Територіальний поділ праці є відособленням окремих адміністративних областей, економічних регіонів, природноекономічних зон із виробництва окремих видів продукції. В аграрному секторі економіки суспільний поділ праці знаходить своє відображення як у спеціалізації окремих господарств і підприємств на виробництві певних видів продукції, так і в розміщенні сільськогосподарського виробництва і спеціалізації окремих природноекономічних зон і районів. Спеціалізуючись на виробництві певних видів продукції, господарства, райони, області, окремі економічні райони втягуються у ринкові відносини, утворюючи внутрішній ринок продовольчих товарів. Його місткість залежить від обсягу їх виробництва в сільському господарстві, харчовій і переробній промисловості.

Ринок не може розвиватися без торгівлі, тобто обміну товарів, їх проходженням із сфери виробництва у сферу споживання. Торгівля — це одна з галузей народного господарства, що забезпечує обіг товарів і економічний зв'язок між виробництвом і споживанням, між окремими галузями господарського комплексу, окремими економічними районами і природно-економічними зонами. Через торгівлю відбувається економічний зв'язок у середині сільськогосподарського виробництва, між ним і підприємствами харчової і переробної промисловості та підприємствами сільськогосподарського машинобудування, хімічної, нафтохімічної, мікробіологічної та інших галузей промисловості. Торгівля виступає

найважливішим чинником розвитку економіки та її високоефективного функціонування.

Торгівля здійснюється не на основі бізнесу і підприємств, а своєчасної діяльності окремих людей чи їх груп, підприємств і організацій, спрямованої на розвиток товарообміну, внутрішньої та зовнішньої торгівлі. Перший бізнес еквівалентний поняттю «підприємство», що розглядається як економічна діяльність, скерована на розвиток виробництва і отримання максимального прибутку. Аграрний сектор економіки пов'язаний з агробізнесом, який охоплює виробництво і реалізацію сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів.

Характерною особливістю ринкової економіки є конкуренція, тобто боротьба між товаровиробниками за збут готової продукції та за отримання найвищих прибутків. В умовах високорозвинутої економіки насичення ринку товарами, конкурентна боротьба набуває особливого гострого характеру, а в умовах кризової ситуації, спаду виробництва і високого дефіциту продукції ринок наповнюють товари іноземних товаровиробників.

В агропромисловому комплексі розвиваються такі форми конкуренції, які можуть впливати на ринок сільгосптехніки, у т. ч. і бурякозбиральної.

1. Конкуренція між господарствами різних форм власності, у тому числі: приватної, колективної, державної та змішаної. Ринок має визначити оптимальні, соціальні, економічні сфери кожної з них. На ринку можуть конкурувати різні господарські структури: агрофірми, агрооб'єднання, товариства з обмеженою та необмеженою відповідальністю, селянські, фермерські, особисті підсобні господарства.

2. Конкуренція між формами господарювання, щодо яких має послідовно використовуватись принцип самозабезпечення, самоокупності й високої рентабельності виробництва.

3. Конкуренція між господарствами, які виробляють однорідну продукцію. В Україні чимало господарств, які спеціалізуються на виробництві однорідної продукції і створюють конкуренцію щодо її

реалізації як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

4. Конкуренція між різними секторами економіки, які борються за ринки збуту своєї продукції. Економічна ефективність виробництва далеко не однакова в різних секторах економіки.

5. Конкуренція між виробником і посередником. Оскільки суспільний поділ праці створює можливості для розмежування окремого виробництва сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів і торгівлі ними, між якими виступає посередник, з'являється можливість експлуатації товаровиробників посередниками. Посередники конкурують між собою за вигідні для них умови закупівлі в господарств і реалізації на ринках продукції.

Однак треба відзначити і той факт, що в сучасних умовах регульована конкуренція — це стимул для товаровиробників отримувати максимум продукції при оптимальних затратах на її виробництво. Проте конкуренцію не можна розглядати як стихійну силу, що діє в ринкових умовах. Зокрема, недостатнє насичення внутрішнього ринку сільгосптехнікою призвело до її значного експорту із зарубіжних країн. Будучи більш конкурентоспроможними на нашому вітчизняному ринку, вони, змушують вітчизняних товаровиробників скорочувати власне виробництво. Ось чому конкуренцію не слід розглядати як сліпу стихійну силу. Вона має бути предметом економічної політики держави, яка має знайти своє відображення в протекціонізмі.

Політика протекціонізму є не чим іншим, як системою науково-обґрунтованих заходів, спрямованих на захист вітчизняних товаровиробників від іноземної конкуренції на внутрішньому ринку. Основними напрямками державної протекціоністської політики мають бути підвищення митних зборів на імпорт продовольчих товарів, державні дотації, пільгові кредити, надання довгострокових позик, регулювання цін, державні замовлення та інші важелі. Лише на основі протекціоністської політики держави можна стимулювати державне виробництво сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів, захистити внутрішній ринок від напливу

недоброякісних, знецінених товарів.

В умовах функціонування ринкової економіки важливого значення набуває маркетинг, який є діяльністю на ринку, що спрямована на вивчення місткості ринку, його кон'юнктури, просування товарів від виробника до споживача. Роль і значення маркетингу полягає в регулюванні товарного виробництва з урахуванням споживчого попиту, кон'юнктури ринку і цін на товари. Він має зорієнтувати виробництво на такі види продукції і такі товари, які користуються найбільшим попитом на ринку, можуть бути швидко реалізовані і принести значні прибутки [89].

Основні функції, які має виконувати маркетинг — це збирання, опрацювання достовірної й поточної інформації про територіальну організацію товарного виробництва, його структуру, обсяги, кількість і якість товарної маси, місткість, попит споживачів, ціни, інформаційне забезпечення товаровиробників і споживачів. Вивчення попиту, претензії, кон'юнктура, ціни на товари дають можливість оптимізувати їх розподіл і перерозподіл у середині країни, раціоналізувати обмін товарами між окремими областями, економічними районами і здійснювати їх експорт. Вивіз з країни товарів і реалізація їх на зовнішньому ринку дозволяють організувати міжнародний обмін товарами, отримувати великі валютні надходження і поповнювати національний бюджет.

Висновок до розділу 1

Відродження трансформаційних процесів на підприємствах машинобудівної галузі, забезпечення їх розвитку на інноваційно-логістичних засадах — одна з найважливіших умов відродження АПК та побудови індустріального суспільства, що базується на ефективному використанні наукових знань і високих технологій. Машинобудування має ключове значення для технологічного переозброєння всіх галузей виробництва, у т. ч. і сільського господарства.

Першочергове значення для економіки України має кардинальне підвищення технологічного рівня продукції вітчизняного сільськогосподарського машинобудування. Зокрема технологічне оновлення комбайнобудівних підприємств, розробка й організація виробництва різноманітної сучасної та перспективної сільськогосподарської техніки. У межах цих завдань у розділі:

- розроблено категорійний апарат та теоретичні основи понять «трансфоспроможність виробництва» та «адаптивнотрансформаційна здатність» підприємств машинобудування в інноваційно-логістичному контексті;

- запропоновано методи оцінки адаптивнотрансформаційних здатностей підприємств машинобудування в умовах розвитку бурякоцукрового підкомплексу України;

- обґрунтовано необхідність технологічної реорганізації повного комплексу всіх складових машинобудівного виробництва;

- визначено конкурентні чинники як засіб забезпечення трансфоспроможності машинобудівних підприємств.

Як переконує досвід розвинутих країн Заходу, всі ланки НТП у ринковій економіці мають бути орієнтовані на споживання. Саме на споживчому ринку досягнення науково-технічного прогресу знаходять найповніше втілення, оскільки вони соціально орієнтовані в напрямі забезпечення позитивних змін в інтенсивності праці, підвищення реальних доходів працівників і дієвості управління виробництвом.

Основні результати розділу опубліковані в наукових працях автора [43;45].

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ПОСТТОТАЛІТАРНОГО ПЕРІОДУ

2.1. Характеристика стану виробництва продукції машинобудівної галузі в контексті бурякоцукрового підкомплексу (інноваційно-логістичні аспекти)

Ринок бурякозбиральних машин варто розглядати крізь призму ситуації на ринку цукру. За роки незалежності України виробництво цього продукту знизилось більше ніж утричі, а після вступу її до СОТ галузь опинилась на межі виживання. Протягом останніх років суттєво скоротилася кількість бурякосійних підприємств, зменшилося виробництво цукрових буряків та посівні площі (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка виробництва цукрових буряків (фабричних) в Україні

за 1991-2010 роки

Показники	1991	1995	2001	2005	2010
Зібрана площа, тис. га	36168	29650	15574	15468	13691
Валовий збір, тис. тонн	1558	1475	970	652	492
Урожайність, ц/га	234	205	183	248	287

Різке скорочення посівних площ під цукровими буряками спричинило зниження попиту на бурякозбиральні комбайни, але найближчим часом можливе пожвавлення виробництва цукру, адже високі ціни на цукор сприятимуть збільшенню посівних площ під буряками у 2010–2011 роках.

Наприклад, Тернопільський комбайновий завод (ТКЗ) спеціалізувався на виробництві самохідних безбункерних комбайнів. Дніпропетровський комбайновий завод виробляв коренезбиральні комбайни та навантажувачі. «Уманьфермаш» та «Борекс» виготовляли причіпні машини та гичкорізальні

агрегати. Ці машини значно відставали за технологією від закордонних, адже основні європейські виробники вже давно застосовують однофазне збирання. Та головна причина — низька продуктивність вітчизняної техніки. Наші заводи спробували змінити становище за рахунок залучення інвестицій та нових технологій.

ТКЗ у 2006 році репрезентував на виставці Агро-2006 першу українську самохідну бункерну машину для однофазного збирання буряків. Було виготовлено лише кілька експериментальних моделей, адже пропозиція нового комбайна запізнилася щонайменше на 5 років. Наразі великі аграрні корпорації вирощують буряки на величезних площах, тому їм потрібні найпродуктивніші машини.

Із 2008 року виробництво практично всіх видів машин було зупинено. Серійних партій техніки не виробляє жоден вітчизняний завод. Основними споживачами української техніки в останні роки були дрібні виробники. Наразі Тернопільський і Дніпропетровський заводи переважно виготовляють лише запчастини до своїх машин.

Попит буряківників задовольняють імпортними машинами. Переважно їх поставляють із країн ЄС. В Україні традиційно надають перевагу європейським виробникам, до того ж технології вирощування буряків у ЄС повністю збігаються з тими, що використовували в СРСР. Американські фермери вирощують солодкий корінь дещо інакше. Уся американська техніка призначена для двофазного збирання, тобто є причіпною. У ЄС переважають самохідні комбайни для однофазного збирання.

Серед європейських виробників найпопулярнішими в Україні є німецькі компанії Holmer, Rora і Kleine, французькі — Moreau і Matrot, а також голландська Vervaet.

Holmer виробляє високопродуктивні самохідні коренезбиральні комбайни та самохідні навантажувачі буряків. Комбайни Holmer — найбільші двовісні бурякозбиральні комбайни. Прямим конкурентом цієї фірми є Rora, що виготовляє потужніші три- та чотиривісні машини. Модель Rora Euro-

Tiger є одним з найпродуктивніших комбайнів у світі. Крім того, Rora є найбільшим виробником і постачальником буряконавантажувачів-очищувачів моделі Euro-Maus.

Завод Franz Kleine постачає бурякозбиральні комбайни середньої продуктивності. Він першим запропонував беззупинне збирання, почавши виготовляти причіпні самовивантажувальні бункери. Він також виробляє буряконавантажувачі-очищувачі Maus.

Grimme почала випускати самохідні бурякозбиральні комбайни та причіпні моделі для двофазного збирання. Самохідна машина використовує активні дискові копачі з гідравлічним приводом і має гусеничний хід. Комбайн позиціонується як машину для ощадливого та високоефективного збирання цукрових буряків.

Moreau і Matrot мають продуктивність нижче за середню. Комбайни мають дискові та лемішні копачі. Більшість комбайнів Vervaet в Україні — відновлені машини середньої продуктивності. Завдяки оригінальній конструкції ці комбайни легші, мають більшу прохідність і потребують менше палива. Топова модель Vervaet — найпродуктивніша шестирядна або дев'ятирядна бурякозбиральна машина.

Американські фермери використовують іншу техніку, коренеплоди збирають лише причіпними знаряддями. Недоліками причіпних машин є низька продуктивність через відсутність великих бункерів-накопичувачів, а також гірше очищення зібраних коренів. Низька ціна й простота експлуатації американських машин є основними причинами їх активного поширення в Україні.

Період входження економіки України в ринок невиправдано затягнувся. У кризовому стані перебувають основні галузі народного господарства, у тому числі АПК. Цукробуряковий підкомплекс переживає не найкращі часи і вимагає кардинальних змін у поглядах на процеси, що відбуваються всередині продуктової вертикалі.

Особливістю цього періоду в Україні є прискорений розвиток

підприємницької діяльності як головної рушійної сили розвитку ринкової економіки і за кордоном, і в Україні. Усесвітньо відомий теоретик управління і широко практикуючий консультант П. Друкер стверджує, що на рубежі століть маємо справу із зовсім новим суспільним і соціально-економічним феноменом — формуванням підприємницького суспільства [50].

Підприємців відрізняє інноваційний тип мислення. Інновації — особливий інструмент підприємництва, за допомогою якого створюється ресурс, якого раніше не існувало. Як правило, підприємці самі не генерують зміни, але (і це найголовніше) вони відшуковують їх та використовують як джерело досягнення успіху.

Підприємництво в машинобудівній галузі виконує різноаспектну роль у соціально-економічному й політичному житті суспільства, і реалізуючи свої специфічні функції, такі як нововведення, ризик, підприємницьке управління, воно дає змогу підвищити ефективність діяльності «шляхом використання можливостей, а не шляхом вирішення проблем».

Як відомо, за ознакою економічної вигоди господарюючого суб'єкта людську діяльність можна поділити на діяльність, спрямовану на одержання прибутку (підприємницьку), і діяльність, не спрямовану на одержання прибутку (меценатство, спонсорство тощо). Отже, підприємництво — це організація економічної, виробничої, комерційної та іншої діяльності, яка приносить підприємцю прибуток.

З точки зору організації діяльності, усі господарюючі суб'єкти, які входять до складу цукробурякового підкомплексу АПК, є суб'єктами підприємницької діяльності.

Специфіка функціонування цукробурякового підкомплексу з його характерними вертикальними інтеграційними зв'язками визначила логістичний напрям розвитку підприємництва в умовах машинобудівних підприємств як якісно новий етап формування відносин усередині продуктової вертикалі.

Логістику як нову відокремлену та всеохоплюючу теорію

підприємницької діяльності використовують з початку 1980-х років.

Вивчаючи праці видатних зарубіжних і вітчизняних учених, можна зробити висновок, що традиційні концепції управління вже не виправдовують себе. Адже одним із найпрогресивніших науково-прикладних напрямів є логістика, яка у взаємозв'язку з маркетингом є варіантом системи управління економікою машинобудівних підприємств взагалі й АПК зокрема. Як відомо, динамічність — обов'язковий атрибут будь-якої сфери виробничо-економічної діяльності. Основу динаміки становлять потокові процеси. Логістика як прогресивна методологія оптимізації поточкових процесів і господарських зв'язків здатна створити так званий «синергічний ефект», який проявляється у взаємній оптимізації окремих елементів системи. У результаті загальний ефект системи виявляється вищим, ніж сума ефектів цих же елементів, що діють незалежно. Можливість застосування логістики в економіці зумовлена сучасними досягненнями науково-технічного прогресу, насамперед комп'ютерної техніки та інформаційних технологій.

Новизна власне логістичного підходу полягає в інтеграції різноманітних галузей діяльності з метою досягнення бажаного результату з мінімальними затратами часу і ресурсів шляхом оптимального наскрізного управління матеріальними й інформаційними потоками. Насправді, використовуючи системні логістичні методи управління, у дію вступає реалізація підприємницької функції «новаторство» та «нетрадиційний підхід».

Одним із основних методологічних принципів логістичної концепції є системний підхід, тобто методологія наукового пізнання, в основі якої лежить розгляд об'єктів як систем, що дозволяє побачити досліджуваний об'єкт як комплекс взаємопов'язаних підсистем, об'єднаних спільною метою, розкрити його інтегративні властивості, а також внутрішні й зовнішні зв'язки. Системний підхід передбачає послідовний перехід від загального до часткового, коли в основі розгляду лежить конкретна кінцева мета, для досягнення якої створюється система. Відповідно до методології системного

підходу кожна система є інтегрованим цілим навіть тоді, коли вона складається з окремих розрізнених підсистем.

Логістичні системи вкладаються у загальноприйняте поняття «системи», бо складаються із системоутворювальних елементів, тісно взаємопов'язаних і взаємозалежних між собою, які мають впорядковані зв'язки й утворюють певну структуру із заздалегідь заданими властивостями. Різняться ці системи високим ступенем узгодженості і вхідних продуктивних сил з метою управління наскрізними матеріальними потоками.

Логістична система — це адаптивна система зі зворотним зв'язком, яка виконує ті чи інші логістичні функції, складається із підсистем і має розвинуті внутрішньосистемні зв'язки і зв'язки із зовнішнім середовищем [92].

Метою логістичної системи є забезпечення наявності необхідного товару в необхідній кількості та заданої якості в потрібному місці й у потрібний час для потрібного споживача із заданими витратами.

Будь-яка логістична система складається із сукупності елементів — ланок, між якими встановлені певні функціональні зв'язки і відносини. Внутрішньосистемні зв'язки міцніші, ніж зв'язки із зовнішнім середовищем. Зазвичай вони мають циклічний характер, бо відображають послідовність передачі матеріального та інформаційного потоків між ланками відповідного логістичного ланцюга.

Більшості реально функціонуючих на практиці логістичних систем, як і більшості складних систем, притаманні такі властивості:

- складність — характеризується такими основними ознаками, як наявність великої кількості елементів (ланок), складний характер взаємодії між окремими елементами, складність функцій, що виконуються системою, наявність добре організованого управління, вплив на систему великої кількості стохастичних факторів зовнішнього середовища;

- ієрархічність — підпорядкованість елементів нижчого рівня (порядку, рангу) елементам вищого рівня в контексті лінійного чи функціонального логістичного управління;

– цілісність — властивість системи виконувати задану цільову функцію, реалізована тільки логістичною системою в цілому, а не окремими її ланками або підсистемами;

– структурованість передбачає наявність певної організаційної структури логістичної системи, яка складається із взаємопов'язаних об'єктів і суб'єктів управління, що реалізує задану мету;

– рухливість — мінливість параметрів елементів логістичної системи під впливом зовнішнього середовища, а також рішень, прийнятих учасниками логістичного ланцюга;

– унікальність, непередбачуваність і невизначеність поведінки в конкретних умовах і під впливом зовнішнього середовища;

– адаптивність — здатність логістичної системи змінювати свою структуру і вибирати варіанти поведінки відповідно до нових цілей та під впливом зовнішнього середовища.

Межі логістичної системи визначаються циклом обігу засобів виробництва. Спочатку закупаються засоби виробництва, які у вигляді матеріального потоку надходять у логістичну систему, складуються, обробляються, знову зберігаються, а потім йдуть з логістичної системи в споживання в обмін на фінансові ресурси, що надходять у логістичну систему. Виділення меж логістичної системи на базі циклу обігу засобів виробництва одержало назву принципу «сплати грошей — одержання грошей».

Логістична система має одночасно створюватися на двох рівнях: регіональному (макрорівні) і локальному (мікрорівні). На регіональному рівні має бути створена мережа консалтингових фірм, інформаційно-аналітичних центрів, які за відповідну винагороду здійснюють моніторинг реального попиту на певний товар (у даному випадку цукор). Або подібні функції може взяти на себе, наприклад, асоціація незалежних цукровиробників. Локальним рівнем логістичної системи є безпосередньо підприємство.

Підприємство має взяти на себе роль інтегратора всього логістичного

ланцюга: фінансове, інформаційне матеріально-технічне постачання аграрного сектора — вирощування і збирання цукрових буряків — транспортування — матеріально-технічне забезпечення переробки цукрових буряків — виробництво та реалізація цукру.

Логістичний ланцюг умовно можна поділити на чотири ланки.

1. Доаграрна ланка — матеріально-технічне забезпечення бурякосійних підприємств сировинної зони насінням, бурякозбиральною технікою, запасними частинами, паливно-мастильними матеріалами, мінеральними добривами, засобами захисту рослин. Тобто підприємство налагоджує зв'язки, які вигідні як для нього, так і бурякосійних підприємств, не кажучи про підприємства першої сфери АПК. Як стверджують західні фахівці в галузі логістики Фирон Харольд Е. і Майкл Р. Ліндерс, чинник конкурентоспроможності підприємства залежить від оптимізації інтеграційних зв'язків з підприємствами, які виробляють сировину і матеріали [95].

2. Аграрна ланка — безпосередній контроль за дотриманням технології вирощування фабричних цукрових буряків на всіх стадіях і забезпечення сировиною (сировинний відділ заводу). Зниження собівартості вирощування цукрових буряків у науково обґрунтованих межах та логістичний підхід до технології їх збирання дає реальний шанс зміцнити конкурентні позиції підприємств цукробурякового підкомплексу.

3. Переробна ланка — включає транспортування та зберігання сировини на заводі (бажано мінімізувати радіус перевезень); безпосереднє транспортування цукрових буряків (оптимізація виробничих потужностей у зв'язку із сезонністю виробництва та стислими строками переробки сировини шляхом інжинірингу, модернізації та реконструкції); водо-, тепло-, енергозабезпечення (режим економії).

4. Торговельна ланка — включає транспортування; складування як найвагоміше джерело зменшення логістичних витрат. За свідченням західних спеціалістів, їх оптимізація забезпечує економію від 40% до 60%, а отже, є одним із резервів збільшення прибутку; фасування, пакування, формування

торгових партій; оптову і роздрібну торгівлю.

Таким чином, логістичний ланцюг включає всю інформацію, починаючи з посіву, матеріально-технічного забезпечення, збирання сировини до задоволення потреб споживачів, у т. ч. у виготовленні бурякозбиральної техніки.

Створення мікрологістичної системи на рівні підприємства чи групи таких підприємств, які входять до складу корпорації (наприклад, концерн Укрпромінвест), одночасно сприяє розв'язуванню багатьох проблем, пов'язаних насамперед із ефективністю виробництва, зменшенням загальних витрат, забезпечення конкурентоспроможності та стабільності на ринку. Професор менеджменту університету в Калгарі Доналд Уотерс стверджує: «Логістика — це функція з високими витратами, удосконалюючи яку можна одержати значну економію».

Сільськогосподарські виробники, купляючи та використовуючи машини і обладнання, мають урахувати певні особливості, які визначають їх як товари промислового призначення. Товари промислового призначення в науковій літературі поділяються переважно на такі категорії: основне устаткування, допоміжне устаткування, вузли і агрегати, основні матеріали, допоміжні матеріали та сировина.

Основне устаткування — машини й інше устаткування, придбання яких розглядається як капіталовкладення. Їхня вартість стає частиною основного капіталу фірми-покупця і не належить до поточних витрат.

Основне устаткування підрозділяється на дві категорії: універсальні (багатоцільові стандартні) машини та спеціалізовані (спеціальні, нестандартні) машини. Універсальні машини можуть використовуватися в багатьох галузях промисловості або багатьма підприємствами галузі. З незначними модифікаціями або зі змінними пристосуваннями універсальні машини можуть використовуватися для виконання різних робіт зі свого профілю.

Спеціалізовані машини конструюються для виконання лише однієї конкретної операції і можуть не знайти застосування, якщо кінцевий продукт

(готові вироби) піддається модифікації.

Допоміжне устаткування. Вартість одиниці допоміжного устаткування звичайно набагато нижче одиниці основного устаткування. Його придбання звичайно фінансується за рахунок експлуатаційних витрат, однак дрібні і фінансово слабкі фірми можуть віднести витрати на ці цілі до категорії капіталовкладень. Більшість видів допоміжного устаткування стандартизоване і придатне для виконання декількох операцій. Наприклад, невеликі токарські верстати, електромотори і трактори можуть використовуватися на різних стадіях різних виробничих процесів. Крім того, вони можуть знайти застосування в різних галузях промисловості. У зв'язку з цим попит на це устаткування не обмежується якоюсь однією галуззю.

Вузли й агрегати. Для розвинутої економіки характерно, що (за винятком окремих випадків) одне промислове підприємство не здійснює усього виробничого циклу від сировини до готового виробу. Звичайно виробничий процес виконується кількома підприємствами, що належать різним фірмам, кожне з яких виконує одну зі стадій обробки матеріалу (виробничих операцій). Наближаючись до операцій, що завершують виготовлення кінцевого продукту, виробничий процес усе більше й більше стає зборкою готових вузлів і агрегатів, закуповуваних у різних постачальників.

Основні матеріали схожі з вузлами й агрегатами в тому, що вони органічно входять до складу готового виробу. Деякі з них споживаються в процесі виробництва, але не входять до складу готового виробу чи ж своєю присутністю (наприклад хімічні каталізатори) впливають на виробничий процес.

Основні матеріали відрізняються від вузлів і агрегатів тим, що вони, як правило, стають нерозрізненими в готовому виробі. Лише дуже мала кількість основних матеріалів мають замітники.

Допоміжні матеріали не входять до складу готового виробу, вони поступово зношуються чи використовуються в процесі виробництва, або ж

полегшують роботу виробничого підприємства.

Здебільшого факторами (спонукальними мотивами), що визначають вибір того або іншого товару постачальниками, є якість, ціна, технічне обслуговування й економія, яку можна отримати від взаємодії трьох перших факторів. Проведене дослідження засвідчило, що постачальники розташовують ці фактори (спонукальні мотиви) за ступенями важливості в такий спосіб: 1) якість; 2) технічне обслуговування; 3) ціна.

Покупці товарів промислового призначення схильні визначати якість товару як його придатність для тієї мети, із якою вони мають намір його використовувати. Вони бажають, щоб у товарі були тільки потрібні характеристики й нічого іншого. Вони так само не люблять оплачувати зайві показники якості, що не потрібні, як і купувати товари поганої якості.

Здатність одиниці промислового устаткування до тривалішого терміну служби є сильним спонукальним мотивом на користь покупки, тому що скорочує щорічні амортизаційні відрахування.

Стабільність якості матеріалів, вузлів і деталей — це настільки ж важливий спонукальний мотив, як і рівень цін. Закупівельна специфікація на товар промислового призначення практично в усіх випадках містить межі можливого відхилення від середніх показників якості, так звані допуски. Якщо якість товару промислового призначення відрізняється стабільністю, варто очікувати, що всі вироби або всі партії матеріалів не перевищать установлені допуски за якістю, отож відповідатимуть вимогам покупців.

Гарантована стабільність якості істотно зменшує необхідність ретельної перевірки партій товару, що надходять, і забезпечує постійно високу якість продукції покупця. Що стосується деяких точних машин, то стабільність якості матеріалів зменшує простої і вартість ремонту.

Стабільність якості надає покупцеві можливість зменшити матеріально-виробничі запаси, оскільки у випадку нерівномірності якості в партіях, що надходять від постачальника, споживач змушений зберігати страховий запас на випадок відмови від чергової партії товару і реєстрації.

Ціна товару, хоча і є дуже сильним аргументом на користь його покупки, але зазвичай не є вирішальним рушійним мотивом. Якість і технічне обслуговування настільки ж важливі для покупця. Звичайно, покупець надасть перевагу нижчій ціні. Однак при оцінці справжньої корисності товару показник ціни може стати ілюзорним.

Розгляньмо приклад, коли постачальник, має зробити вибір між товаром *A*, що ідеально підходить для його фірми, і товаром *B*, який можна купити дешевше, але він менше підходить для потреб підприємства. Припустімо, що постачальник зупиниться на дешевшому товарі, тоді він поставить фірму в скрутне становище і, крім того, підірве довіру до своєї професійної репутації.

Порівнюючи ціни, більшість постачальників не обмежується преїскурантними котируваннями, а підраховує відносну вартість різних матеріалів, вузлів або машин, що підлягають використанню, розглядаючи все це як елементи майбутньої собівартості готового виробу. При цьому береться до уваги ціла низка факторів, наприклад кількість відходів при використанні того чи іншого матеріалу, вартість його обробки, порівняльна цінність технічного обслуговування, відсоток виконуваної машинами роботи, кількість спожитої енергії й безліч інших моментів.

Порівняння цін товарів промислового призначення звичайно не зводиться до їх простого зіставлення, а є набагато складнішою операцією, що охоплює фактори виробництва і збуту покупця.

Найбільш звичайними формами технічного обслуговування є технічна допомога, ремонт, інформація і консультація.

У зв'язку з використанням товарів промислового призначення нерідко виникають проблеми технічного характеру. У деяких випадках продавець таких товарів може покластися на свою збутову організацію (її представників на місцях). В інших випадках збутова організація потребує допомоги технічних служб, укомплектованих досвідченими фахівцями, що можуть вирішити виникаючі в споживача важкі проблеми або дати необхідну

технічну консультацію. В обох випадках збутова організація має бути добре підготовлена.

Для деяких видів устаткування послуги в області ремонту і догляду, особливо постачання запасними частинами, є вагомими спонукальними мотивами під час вибору товару. Більшість фірм, що експлуатують устаткування, воліє робити ремонт власними силами, оскільки цим скорочуються простой машин, що відбиваються на всьому ході виробничого процесу. Деякі фірми мають власні спеціалізовані ремонтні підрозділи, а дехто має у своєму розпорядженні оперативні комплекти запасних частин, за рахунок яких провадиться ремонт. Як правило, створюються запаси тільки тих частин, що потрібні найчастіше. У деяких фірм є резервне устаткування на випадок поломок, тому вони замовляють запасні частини тільки за необхідності. Усе це призводить до того, що постачання запасних частин, як правило, відбувається в умовах поспіху і нервозності. У цих умовах швидкість стає життєво важливим елементом постачання запасними частинами.

Фірма-споживач має можливість дещо полегшити становище шляхом здійснення профілактичного ремонту і догляду за устаткуванням, але це не виключає періодичного виникнення термінової потреби в запасних частинах. Розмір складських запасів, що забезпечив би поточну потребу в них, може бути значно скорочений, якщо постачальник забезпечує постачання запасними частинами з урахуванням таких моментів:

1. Наявність достатньо укомплектованих складів запасних частин у пунктах, зручних для споживачів, підкріплених необхідними запасами на самому підприємстві постачальника.

2. Термінова обробка і виконання всіх замовлень.

3. Надійна інформація про терміни постачання й обов'язкове виконання своїх обіцянок.

4. Готовність зробити нестандартні послуги у випадку виникнення надзвичайних обставин.

Постачальник устаткування, для якого постачання запасних частин є обов'язковою умовою збуту його продукції, може дійти висновку, що для нього неможливо діяти на ринку через таких оптовиків, які не матимуть у своєму розпорядженні комплектів запасних частин і налагодженого алгоритму забезпечення їхнього термінового доставляння.

Надійність є одним із найбільш спонукальних мотивів при розміщенні замовлень на товари промислового призначення. Її суть полягає в тому, що покупець вірить постачальникові. Надійність включає три важливих аспекти: надійність якості, надійність постачання і надійність у виробництві.

Про важливість якості як одного з елементів надійності ділових відносин уже йшлося. Сюди ж належить прагнення з боку постачальника отримати точне уявлення про бажання покупця і вжити заходів для їх виконання. Якщо закупаються стандартні товари, йтиметься здебільшого про ретельність опрацювання замовлення. Якщо ж товари промислового призначення виготовляють за особливим замовленням, то тут маємо справу з надійністю у виробництві.

Надійність у виробництві важлива головним чином (якщо не винятково) тоді, коли товар виготовляється на замовлення покупця або відповідно до його умов. Надійність у виробництві передбачає повне й усебічне розуміння специфіки й інших характеристик якості товару, що замовляється, з тією метою, щоб покупець був упевнений, що одержить саме те, що замовляв. Це розуміння дає впевненість у здатності постачальника виготовити замовлений товар у належний термін і без додаткових переговорів про внесення змін у специфікації, зміни ціни або перенесенні термінів постачання.

Надійність у виробництві займає найважливіше місце в конкурентній боротьбі за одержання замовлень на устаткування. Надійність постачання втілюється у швидкості й у дотриманні термінів постачання. Швидкість постачання стає визначальними фактором попиту у випадках, коли куплені матеріали і комплектуючі спрямовуються одразу після відвантаження на

складальні лінії, а безперервність виробництва забезпечується чисто номінальними матеріально-виробничими запасами.

Оперативність чи оборотність постачання змушує постачальника мати у розпорядженні великі складські запаси асортименту своєї продукції в центрах споживання або поблизу від них, ефективно опрацьовувати замовлення, що надходять, і використовувати надійні способи постачання. Усе це дорого обходиться. Продавець повинен постійно нести витрати, пов'язані з прискореним постачанням, з його цінністю як стимулу попиту. Дотримання термінів постачання також є сильним стимулом при виборі постачальника товарів промислового призначення.

Користь, одержувана покупцем від швидкості і дотримання термінів постачання купленого товару, належить насамперед до величини матеріально-виробничих запасів, що забезпечує безперебійність виробництва. При забезпеченні швидкості й дотримання термінів постачання ці запаси можуть бути зведені до мінімуму. Якщо постачання виконуються швидко, але безсистемно, складські запаси мають визначатися максимально тривалим терміном постачання. Часто постачальник, терміни постачання якого хоча й триваліші, але стабільні, перемагає в конкурентній боротьбі. Користь, одержувана покупцем від надійності постачань, може бути виражена в доларах і центах. Постачальник також може приблизно обчислити цей грошовий виграш і зіставити його зі своїми витратами на підтримку системи постачання товарів на високому рівні.

Бурякоцукровий підкомплекс — це технологічно, економічно й організаційно пов'язані між собою галузі агропромислового виробництва, до яких належать бурякосійні і насінницькі господарства, бурякоприймальні пункти, цукрові заводи, вапняні кар'єри, транспортні підприємства, супутні і допоміжні промислові підприємства та трудові ресурси, задіяні в бурякоцукровому виробництві. У цілому бурякоцукровий підкомплекс — цілісна, збалансована, структурно завершена, скомплектована, зінтегрована система, у якій усі її складові задіяні в один виробничий цикл. У складі

бурякоцукрового підкомплексу України близько тисячі бурякосійних і 195 насінницьких господарств, 70 цукрових заводів, 3 заводи з підготовки насіння до посіву, 14 кар'єрів з видобутку вапна та чимало інших супутніх допоміжних і транспортних підприємств, науково-дослідницьких інститутів і проектно-конструкторських організацій тощо.

Бурякоцукровий підкомплекс розвивався на основі агропромислової інтеграції, горизонтальної і вертикальної кооперації, комплексування і комбінування виробництва, економічних, технологічних і організаційних зв'язків між бурякосійними господарствами і цукровими заводами, які втілювалися в єдиних технологічних циклах. Агропромислова інтеграція знаходила своє організаційне оформлення в комбінатах, кожний з яких поєднував у собі виробництво цукру, спирту, відгодівлю на збагаченому жомі молодняка великої рогатої худоби і вирощування насіння цукрових буряків. У складі комбінату були цукровий і спиртовий заводи, відгодівельний пункт ВРХ і насінницьке господарство, а також допоміжні й супутні підприємства. Однак інтегратором виступав лише цукровий завод. Вертикальна кооперація розвивалася між бурякосійними і насінницькими господарствами, горизонтальна — між підприємствами з підготовки насіння до посіву та бурякосійними господарствами. За кожним заводом були закріплені конкретні господарства, яким доводились плани розмірів посівної площі цукрових буряків, обсяги їх валового збору і розміри поставок на цукрові заводи. Кожен із комбінатів мав свою сировинну базу із стабільним виробництвом цукросировини, їх поставками. У результаті цього було забезпечене їхнє нормальне функціонування.

Бурякоцукровий підкомплекс України — дуже складне міжгалузеве утворення, яке об'єднує багато різнотипних сільськогосподарських, промислових, транспортних, допоміжних виробництв і виробляє багато видів продукції (цукор, спирт, гліцерин, дріжджі, пектиновий клей, корми), отже, вимагає скоординованої роботи. Схематично функціонально-компонентну структуру бурякоцукрового підкомплексу зображено на рис. 2.1.

Будучи технологічно, економічно і організаційно пов'язаний між собою, усі складові бурякоцукрового підкомплексу, усі його галузі, підприємства і господарства виконують дуже важливу функцію. Вони забезпечують виробництво цукру і потреби в ньому населення, а кондитерську й харчосмакову промисловість — сировиною.

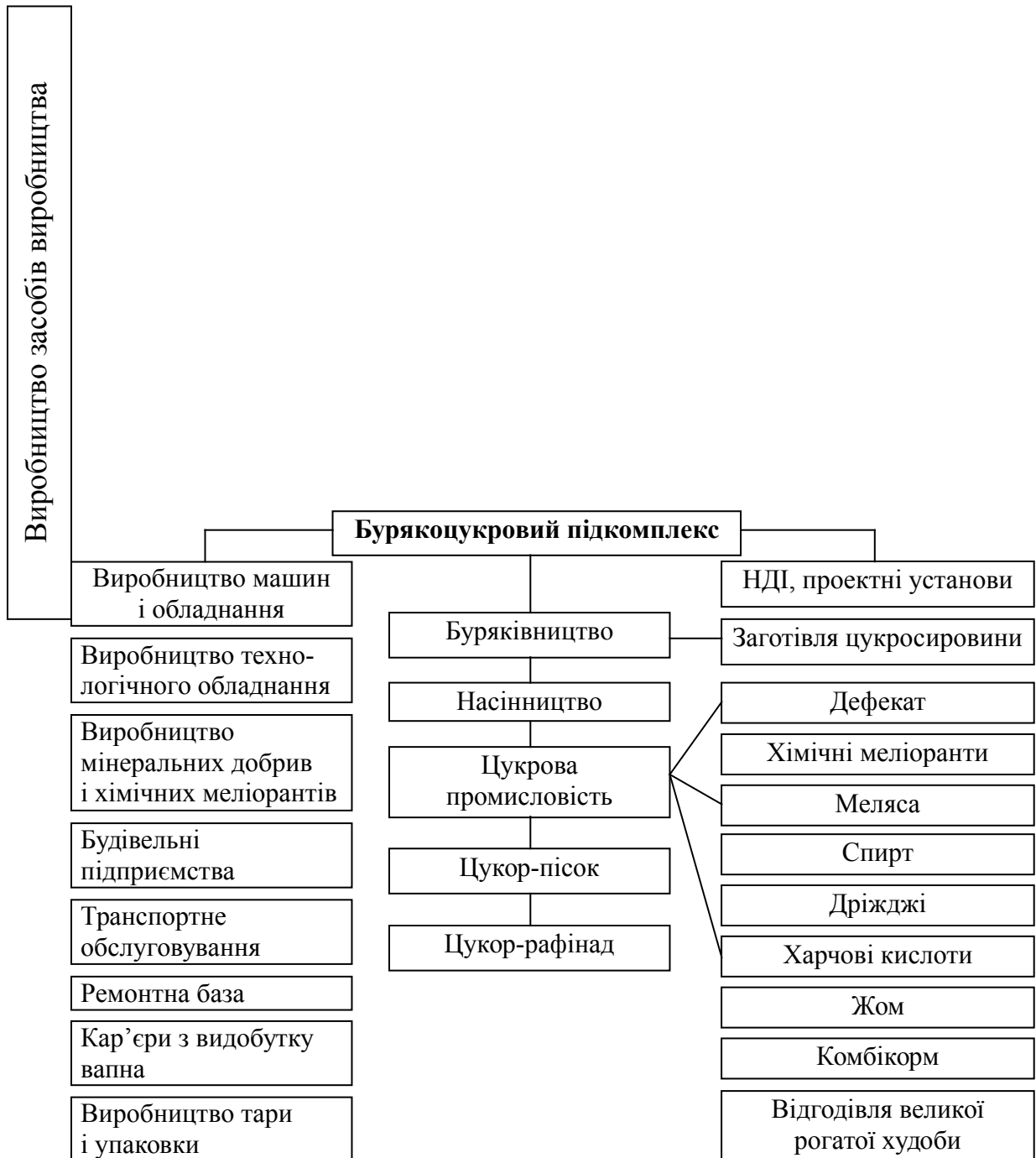


Рис. 2.1. Функціонально-компонентна структура розвитку машинобудівних підприємств у контексті бурякоцукрового підкомплексу України

Цукор — один із важливих і незмінних продуктів харчування. На його виробництво суспільство змушене затрачати значну кількість виробничих, фінансових і трудових ресурсів. Однак не лише цукор — основний вид продукції бурякоцукрового підкомплексу. Побічним видом продукції є меляса, яку використовують для виробництва спирту. Тому неподалік усіх великих цукрових заводів були побудовані і спиртозаводи, які, крім спирту, виробляли ще й кормові дріжджі.

У зв'язку із зменшенням виробництва цукросировини цукрові заводи зменшили не лише виробництво цукру, а й сухого жому. Їхні жомосушарки простоюють. Тому в перспективі жомосушильні відділення необхідно переорієнтувати на виробництво комбікормів, їх потужності мають бути розраховані не лише на висушування всього отриманого жому, але й гички цукрових буряків та інших кормів. При цьому знижуються питомі затрати капітальних вкладень на бурякоцукрове виробництво, оскільки із комплексу заводів будуть вилучені жомовідкачки і жомові ями.

Разом із тим, крім сухого жому стає можливим і висушування бурякоцукрової гички. Як відомо, вона є цінним кормом для великої рогатої худоби, її заготівля відбувається одночасно з копанням буряків, а маса складає 50–60%. Підчас збирання гичка забруднюється, піддається різним травмам і затоптується. Через це тільки 70–80% зеленої маси використовується на корм. Згодовувати гичку на корм худобі найкраще в період збирання буряків, тобто не довше 1,0–1,5 місяця. Тому для збереження гички на триваліший період її можна висушувати. Досліди, проведені на Яготинському цукровому заводі Київської області, які відбулися ще у 70–80 роках минулого сторіччя, засвідчили, що для цієї мети можна використовувати і жомосушарки. Якщо на заводі продуктивністю 2,5 тис. т

переробки буряків на добу господарствами, які розташовані поблизу цукрових заводів, буде використано 35% усього одержуваного жому у свіжому вигляді, то при розрахунку продуктивності жомосушарки на весь вироблений жом, є резерви виробничої потужності жомосушарки на 0,7 тис. т висушування жому на добу. Таким чином, щорічно за період збирання цукросировини можна буде висушувати майже 50% загальної кількості зеленої бурякової гички, а для агропромислового комплексу це означає збільшення виробництва кормів для скотарства приблизно на 1,5–2,0 млн т кормових одиниць. Для того щоб використати жомосушарки для висушування гички, необхідно їх обладнати гичкомийками, відтискними пресами і гичкорізками.

У літній період, коли простоюють цукрові заводи, їх жомосушарки можна було б використати для виробництва трав'яного борошна. Використання жомосушарок для цієї мети можливе за умови незначного їх перекомплектування без значного переобладнання. Для цього необхідно мати подрібнювачі зеленого корму і дробарку для помолу сухої трави на борошно, пакувальні й зашивочні машини для пакування борошна в мішки.

В Україні жомосушарки наявні лише на 36 цукрових заводах. Їхня сумарна продуктивність сягає до 3 тис. т сухого жому на добу. Якщо взяти до уваги, що продуктивність сушарок зеленого корму дорівнюватиме продуктивності щодо жому, то виробництво кормового борошна може скласти 300–350 тис. т. Для повнішого забезпечення бурякосійних господарств високоякісними й повноцінними кормами варто при цукрових заводах створити комбикормові підприємства. Це сприятиме ефективнішому використанню обладнання, підвищенню зайнятості робочої сили і збільшення випуску продукції. Ефективність будівництва комбикормових цехів при цукрових заводах дозволить цілий ряд побічних продуктів бурякоцукрового виробництва (жом, мелясу, гичку, зелену масу трав, кормові дріжджі та інші види продукції) використати для виробництва високоякісних, збалансованих за перетравним протеїном та всіма мікроелементами, кормів. Розміщені в

сировинних умовах цукрових заводів господарства, які будуть забезпечувати комбікормові підприємства ще й фуражним зерном, зможуть, крім буряківництва, розвивати і високоінтенсивне тваринництво.

Доцільність комбінування бурякоцукрового і комбікормового виробництва обумовлюється можливістю більш високоефективного використання загальнозаводських споруд цукрових заводів, їх технологічного обладнання, транспортного, електроенергетичного, водного та іншого господарства інженерно-технічним персоналом і робочою силою. Вітчизняний і зарубіжний досвід свідчить, що комбікормові підприємства при цукрових заводах найкраще спеціалізувати з виробництва кормів для відгодівлі великої рогатої худоби і зокрема — молодняка. Доволі перспективним має стати виробництво комбікормовими заводами амідного жому — цінного білкового корму. Враховуючи, що амідний жом може входити до складу комбікормів у вигляді напівфабрикату та у вигляді готового продукту (білкової добавки для приготування кормових сумішей безпосередньо у тваринницьких господарствах), економічно вигідно виробляти його на одному підприємстві від 25 т до 35 т на добу, або 7–9 тис. т на рік. Цілком природно, що залежно від наявності сировинних ресурсів, їх компонентного складу, номенклатури комбікормів і співвідношення між їх компонентами можуть бути різними і використовуватись для годівлі різних статевих і вікових груп великої рогатої худоби: одні — для годівлі молочних корів, інші — для відгодівлі молодняка великої рогатої худоби.

Побічним продуктом цукрової промисловості є дефекат. Завдяки вмісту в ньому великої кількості вапна він може бути використаний для вапнування кислих ґрунтів. У всіх бурякосійних господарствах для отримання високих і стійких врожаїв цукрових буряків використовують значну кількість добрив, які сприяють закисленню ґрунтів. Площа кислих ґрунтів з кожним роком зростає, у результаті чого навіть застосування значної кількості органічних і мінеральних добрив не дає позитивних результатів.

Отже, розширення масштабів хімічної меліорації земель і удобрення

ґрунтів зможе забезпечити підвищення врожайності всіх сільськогосподарських культур, у тому числі й цукрових буряків. За даними оцінки різних наукових установ, у дефекаті міститься значна кількість азоту, що рівнозначно великій кількості азотних добрив. Дослідження Українського науково-дослідного інституту цукрових буряків свідчать, що при внесенні 4,5 т дефекату з вмістом сухих речовин близько 50% урожай цукрових буряків збільшується в середньому на 25–30 ц/га, а наслідки ефекту проявляються упродовж 10–12 років. Типовий цукровий завод потужністю 3 тис. т переробки цукросировини на добу одержує щорічно близько 40 тис. т дефекату і займає під поля фільтрації до 18 гектарів.

За роки функціонування цукрової промисловості на її переробних заводах нагромадились мільйони тонн дефекаато-цінного осаду, відвали якого займають 12 тис. га загальної площі, у результаті чого вона не може бути використана для вирощування сільськогосподарських культур. У той же час використання дефекаату для вапнування кислих ґрунтів і одержання мінеральних добрив дозволяє зекономити значну кількість коштів на розвиток гірничорудної промисловості, будівництва кар'єрів для видобутку сировини для хімічних меліорантів і мінеральних добрив. Застосування дефекаату як хімічного меліоранта і мінерального добрива скорочує витрати на їх транспортування на поля, оскільки цукрові заводи переважно розміщені в глибинних сільських районах. Слід зазначити, що в багатьох західноєвропейських країнах практикується вивезення на поля дефекаату одразу після його нагромадження. Таку практику варто було б запровадити і на наших цукрових заводах. Доставка дефекаату безпосередньо на поля могла б здійснюватись зворотними рейсами автомашин, які перевозять цукрові буряки на заводи. Це сприятиме ефективнішому використанню автотранспорту і скороченню затрат на вапнування кислих ґрунтів.

Проте слід підкреслити, що отримуваний одразу на цукрових заводах дефекаат містить чимало вологи, а це ускладнює його транспортування безпосередньо на поля. Через це необхідно його висушувати. На більшості

цукрових заводів у зарубіжних країнах дефектосатураційний осад висушується на спеціальних сушильних установках із використанням для цієї мети відхідних газів ТЕЦ. Тут же його подрібнюють, пакують у тару і в такому вигляді вивозять на поля.

У нашій країні проектно-конструкторськими організаціями було розроблено три варіанти висушування дефекату: природна сушка на відкритих полях до вмісту 75% сухих речовин; штучна — пневмосушарка до вмісту 90% сухих речовин; змішана — при якій 60–65% дефекату висушується штучним шляхом, а решта — на відкритих полях. Що стосується заводу потужністю 3,0 тис. т переробки цукросировини на добу, то на ньому можна отримувати щорічно до 3,5 тис. т сухого дефекату.

Важливою проблемою для цукрової промисловості є утилізація теплових відходів, на базі яких на великих цукрових заводах можливий і розвиток парниково-тепличного господарства. Гаряча вода і відпрацьована пара можуть бути використані для організації парниково-тепличного господарства. Навіть у міжсезонний період цукроваріння надлишки пари, які скидаються в атмосферу, сягають 20 т/год. Вони можуть бути використанні для обігріву теплиць і створення утепленого ґрунту. Резерви електроенергії, які сягають 440 тис. кВт, можуть забезпечити розвиток рослин навіть у нічний час. Насосна станція цукрового заводу за вегетаційний період сільськогосподарських культур може подати 2 млн м³ води для зрошення полів. На базі хімічної може бути створена агрохімічна лабораторія, яка б могла обслуговувати і сільськогосподарське виробництво.

При продуктивності парниково-тепличного господарства, що відповідала б можливостям того чи іншого цукрового заводу по теплоенергетичному господарству (одинична і сумарна потужність парових котлів та інших), цей вид комбінування можливий без шкоди для основного виробництва. Про це свідчить виконана Інститутом Укрдіпроцукор проектна документація для Засельського цукрового заводу (Жовтневий район Миколаївської області) і його парниково-тепличного господарства.

Раціональне комбінування сільськогосподарських і промислових підприємств цукробурякового виробництва не тільки дозволяє збільшити виробництво сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів, але й забезпечує ефективніше використання основних виробничих фондів, фінансових і трудових ресурсів, раціональніше використовувати побічну і супутню продукцію та утилізацію відходів, як у господарствах, так і на цукрових заводах.

Головними стратегічними напрямками розвитку підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки в контексті бурякоцукрового підкомплексу мають бути: збільшення посівної площі цукрових буряків, раціоналізація їх розміщення, максимальна концентрація на цінних і придатних для буряківництва землях, упровадження індустріальних технологій вирощування цукросировини, поліпшення системи матеріально-технічного забезпечення бурякосійних господарств; підвищення орендо- і енергозабезпеченості, створення агросервісного обслуговування бурякосійних господарств, удосконалення технологічних і організаційних відносин між ними і цукровими заводами, раціоналізація сировинних зон цукрових заводів, комбінування, комплексоутворення і кооперування виробництва, розвиток різних інтеграційних формувань: цукрових комбінатів, об'єднань та інших формувань.

Необхідно відзначити, що протягом останнього часу в Україні і в багатьох зарубіжних країнах набрали розвитку цукрокомбінати. Так, у недалекому минулому Борщівський завод у Тернопільській області, Ходорівський завод у Львівській області мали, крім цукропісочного, і рафінадні цехи, спиртозаводи, які працювали на мелясі, дріжджові заводи, кормосушарки, буряконасінницькі радгоспи, скотовідгодівельні господарства. Побічні продукти бурякоцукрового виробництва — жом, брага, кормові дріжджі та інші, крім того, що використовувались для відгодівлі молодняка великої рогатої худоби, спрямовувалися ще й у бурякосійні господарства сировинної зони цукрових заводів. У 70–80-х роках минулого століття такі

комбінати були створені у Хмельницькій, Вінницькій, Київській, Черкаській, Полтавській та інших областях. Унаслідок поєднання різних технологічно взаємопов'язаних виробництв тут удалося найбільш раціонально використовувати сировинні ресурси, побічні види продукції, максимально утилізувати відходи, ефективніше використовувати виробництва значної кількості продукції. Але впродовж певного періоду посівна площа цукрових буряків і їх валовий збір різко зменшилися. Цукрові заводи змушені були скоротити виробництво цукру, а деякі з них перестали функціонувати. Майже всі бурякоцукрові комбінати розпалися. Отже, у перспективі, із збільшенням посівної площі цукрових буряків і їх валового збору, ліквідації дисбалансу сировинних ресурсів і виробничих потужностей і повного завантаження виробничих потужностей цукрових заводів, проблемам комбінатування виробництва в бурякоцукровому підкомплексі слід надати особливо важливого значення. У минулому комбінати заявили про себе як про високоефективні інтеграційні формування і в умовах ринкової економіки вони можуть виявитись однією з найпрогресивніших форм агропромислового виробництва, оскільки пропорційний, збалансований, технологічно ув'язаний і скомплектований розвиток усіх галузей і виробництв забезпечує найбільш високі економічні результати.

Не менш важливе значення для високоефективного функціонування бурякоцукрового підкомплексу матиме формування і розвиток бурякоцукрових аграрно-промислових об'єднань. У 70–80-ті роки минулого століття виробничі об'єднання розвивались не лише в бурякоцукровому виробництві, але й у плодоовочеконсервній, виноградарсько-виробничій, ефіроолійній та інших галузях агропромислового підкомплексу. Агропромислові об'єднання є вищою і найефективнішою для сучасного етапу розвитку продуктивних сил формою територіальної організації сільськогосподарського виробництва і промисловості, яка переробляє його продукцію. У виробничих об'єднаннях досягається не тільки технологічна, але й організаційно-господарська єдність сільського господарства і

промисловості у великих масштабах. Об'єднання найбільшою мірою дозволяють реалізувати переваги агропромислової інтеграції.

Формування агропромислових об'єднань у рамках бурякоцукрового підкомплексу має свої особливості порівняно з іншими галузями і комплексами. Цукробурякове виробництво відзначається єдиним технологічним циклом вирощування цукрових буряків на полях, збиранням і їх переробкою на заводах, використанням супутньої і побічної продукції. До об'єднання, головним інтегратором якого виступає цукровий завод, входять бурякосійні й насінницькі господарства його сировинної зони, бурякоприймальні пункти, допоміжні й супутні виробництва, транспортні та інші організації. Вони є високоефективною формою територіальної організації бурякоцукрового підкомплексу і в умовах ринкової економіки мають знайти подальший розвиток. Ще в 1990 році Український науково-дослідний інститут цукрової промисловості розробив перший проект Кам'янсько-Олександрівського агроіндустріального комбінату. Основу об'єднання склали три цукрових заводи: Олександрійський, Кам'янський і Грушівський, з яких Олександрійський був визначений головним. Господарства об'єднання мали строго визначену бурякоцукрову спеціалізацію. Об'єднання різної модифікації і структури були створені в бурякосійних областях України, які протягом останнього десятиліття майже всі розпались. Але в перспективі розвитку бурякоцукрового виробництва вони залишились як високоефективна форма територіальної організації.

У цілому оцінка розвитку підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки в контексті бурякоцукрового підкомплексу показує, що останнім часом у ньому розвиваються негативні процеси: відбувається відособлення різних виробництв, доспеціалізація і переспеціалізація, погіршення технологічних, економічних відносин між ними і цукровими заводами, дезінтеграція виробництва, розпад різних агропромислових формувань (комбінатів і об'єднань), що негативно позначається на економічних показниках бурякоцукрового виробництва, а від того і на

трансфоспроможності підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки. Отже, головне завдання державного управління полягає в тому, щоб за допомогою державних і ринкових регуляторів, удосконалення інвестиційної, фінансово-кредитної, цінової, податкової, протекціоністської, митної, страхової політики створити сприятливі економічні умови для розвитку та у цьому взаємозв'язку трансфоспроможності підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки бурякоцукрового підкомплексу. Важливе значення у його розвитку матимуть адміністративні заходи і розробка нормативно-правової бази для прискореного розвитку бурякоцукрового виробництва. Усі заходи, спрямовані на його розвиток, мають синтезуватися в Національній програмі розвитку агропромислового комплексу на перспективу 15–20 років.

Ці та інші обставини зумовлюють потребу порівняльної аналітичної оцінки ефективності комплексного виготовлення бурякозбиральної техніки.

2.2. Порівняльно-аналітична оцінка ефективності комплексного виготовлення бурякозбиральної техніки

Вибір способу збирання коренеплодів залежить від багатьох чинників, у т. ч. не лише від досконалості бурякозбиральної техніки, а й відстані їх перевезення, наприклад: коли відстань перевезення не перевищує 15 км, то дві третини бурякозбиральних машин працюють за потоковим способом, а інші — за перевальним; якщо відстань становить від 16 км до 20 км, то половина машин збирає буряк потоковим, інші — перевальним способом; а за умови, що відстань становить від 21 км до 30 км, усе збирання проводять перевальним способом.

Слід зауважити, що за достатньої кількості бурякозбиральної техніки, виконання вимог технології збирання й чіткої організації робіт збирання проводять ефективнішим потоковим способом. Здебільшого цукрові буряки

збирають, застосовуючи комплекси машин, базу яких складають комбайни: Barigelli B/6 4×4; Garford Victor; КСП-2; Matrot M 41; Moreau GR; Lectra 4005; Stoll V 202; Spectrum MK2.

Одним із головних чинників ефективної і безперебійної роботи бурякозбиральної техніки під час польових робіт є вчасне і правильно проведене (відповідно до норм технічної документації) технічне обслуговування та відповідне регулювання машин. Відомо, що весь комплекс машин має бути готовим до проведення збиральних робіт за 20 календарних днів до початку сезону.

Головними причинами виникнення недоліків в організації підготовки техніки до польових робіт є насамперед незадовільне проведення обслуговуючих і ремонтних робіт, брак належної бази, потрібного ремонтно-технологічного обладнання, недостатня кількість висококваліфікованих спеціалістів і невідповідність методів обслуговування та ремонту фактичним потребам. Слід провести технічне переозброєння наявних і створити нові регіональні, обласні та міжрайонні сервісні центри з технічного обслуговування і ремонту складних сільськогосподарських машин та обладнання.

Загальними недоліками відремонтованих машин є: неякісне регулювання, порушення вимог збирання, некомплектність, незадовільне затягування болтових з'єднань, підтікання мастила й пального, фарбування непідготовлених поверхонь. Причин цьому чимало, серед яких слід назвати: низьку виробничу культуру багатьох сільськогосподарських виробників, недостатність науково обґрунтованих на реальних дослідженнях технологій, коштів на сучасні посівні матеріали, хімікати тощо.

Аналіз відмов та причин їхньої появи свідчить, що від більшості з них можна було б убезпечитись, аби на підприємстві дотримувались регламенту технології, документації, удосконалювали роботи з діагностування й defeкації, посилили контроль тощо. Для якісного виконання операцій з технічного обслуговування бурякозбиральної техніки під час зберігання на

машинних дворах, пунктах технічного обслуговування, майданчиках і секторах її зберігання, розроблено агрегат технічного обслуговування машин під час зберігання.

В основу технології, яка забезпечує потрібну надійність роботи машин із збирання буряків, покладено високу якість їх деталей і складових частин, вчасне проведення ремонтно-обслуговуючих робіт і монтажних-регулювальних операцій.

Подальший розвиток індустріалізації і комплексної механізації сільськогосподарського виробництва має відбуватися на основі розвитку сільськогосподарського машинобудування, який слід переорієнтувати на випуск усього набору машин для комплексної механізації виробничих процесів.

Максимальне використання досягнень НТП, досвіду підприємств сільськогосподарського машинобудування зарубіжних країн, умов сільськогосподарського виробництва має бути спрямоване на випуск нового покоління високопродуктивних, нематеріаломістких, насичених автоматикою, гідравлікою й пневматикою машин, здатних забезпечити комплексну механізацію та автоматизацію всіх виробничих процесів.

Сьогодні не кожне із сільськогосподарських підприємств може придбати машини для комплексної механізації виробництва. Тому слід забезпечити організацію машинно-тракторних станцій, сприяти великим агрофірмам у придбанні та ефективному використанні сучасних високопродуктивних машин.

Ураховуючи особливості транспортування цукрових буряків на бурякоприймальні пункти цукрових заводів, використовують три найпоширеніші способи збирання: потоковий, перевальний і потоково-перевальний.

За потокового способу збирання коренеплоди від бурякозбиральних машин доставляють безпосередньо на бурякоприймальні пункти. За перевального — коренеплоди від бурякозбиральних машин доставляють у

польові кагати для тимчасового зберігання та подальшого доочищення з навантаженням буряконавантажувачами в транспортні засоби для перевезення на бурякоприймальні пункти. За потоково-перевального збирання поєднують потоковий та перевальний способи. Залежно від обраного способу збирання цукрових буряків і конструкції бурякозбиральних машин, можна здійснювати 1-, 2- й 3-фазне збирання. Однофазне збирання здійснюють прямим комбайнуванням бурякозбиральним комбайном. Бурякозбиральні комбайни за кількістю одночасно зібраних рядків поділяють на 1-, 2-, 3- та 6-рядні. За наявністю бункера їх поділяють на бункерні й безбункерні. За способом агрегування з енергетичним засобом бурякозбиральні комбайни поділяють на самохідні, монтовані, навісні та причіпні.

Самохідний бурякозбиральний комбайн — це спеціальний або універсальний енергетичний засіб, на якому встановлено, змонтовано виконавчі механізми, які за один прохід машини по полю здійснюють усі технологічні операції зі збирання гички та коренеплодів цукрових буряків. Гичкорізи бурякозбиральних комбайнів можуть бути обладнані різальними апаратами копінного, роторного, турбобітного, шабельного, шнекового та стрічкового типів.

У конструкціях бурякозбиральних комбайнів найбільшого поширення набули різальні апарати роторного типу. Такий апарат — це вал (порожниста труба), на якому шарнірно прикріплено Г-подібні ножі. На цьому самому валу можуть бути закріплені щітки для доочищення головок коренеплодів.

Гичку цукрових буряків використовують як корм для тварин або органічне добриво. Залежно від використання гички, гичкозбиральні модулі комбайнів мають різні конструктивні особливості.

У разі використання гички на корм бурякозбиральні комбайни обладнують стрічковими або прутковими навантажувальними транспортерами. Нині здебільшого використовують стрічкові транспортери. Вони менш металомісткі та енергоємні, ніж пруткові.

У разі використання гички як органічного добрива її розкидають по

полю. Для цього використовують різні конструкції розкидачів. Якщо гичку розкидають по полю у вологих умовах роботи або під час атмосферних опадів, зафіксовано ускладнення руху автотранспорту, який відвозить коренеплоди.

У вітряну погоду під час розкидання гички її соки забруднюють лобове скло автотранспорту. За таких умов роботи практикують відмикання розкидача, й гичку вкладають у валок. Без подальшого перерозподілу гички з валків на всій зібраній площі поживні речовини в ґрунті розподіляються неоднаково. Це впливає на рівномірність розвитку та продуктивність нової культури в сівозміні. Крім того, під час розкидання гички по полю на забур'яненних ділянках бур'ян штучно розсівається.

Для найефективнішого використання гички цукрових буряків її слід збирати на корм або переробляти на органічні добрива в спеціальних місцях (гноєсховищах).

Щоб поліпшити очищення головок коренеплодів від решток гички, у конструкціях гичкозбиральних агрегатів використовують пасивні й активні дообрізувачі. Найчастіше використовують пасивні дообрізувачі з фіксованою або автоматичною системою регулювання висоти дообрізування.

Бурякозбиральні комбайни оснащують пасивними або активними викопувальними робочими органами.

Пасивні викопувальні органи — це такі знаряддя та пристосування, які в динаміці стало виконують технологічний процес і не потребують приводу. До пасивних робочих органів належать: безприводні дискові, полозково-дискові, лемішні та полозково-ножові копачі.

Активні викопувальні органи — це такі знаряддя та пристосування, які в динаміці стало виконують технологічний процес і мають примусовий привод. До активних робочих органів належать: бральні, приводні дискові, ротаційно-вилчасті, лемішно-коливальні копачі.

У розвинутих європейських країнах останнім часом із впровадженням сучасних бурякозбиральних машин встановлено жорсткіші вимоги до

забрудненості сировини для переробних підприємств, що спонукало машинобудівні фірми обладнувати комбайни ефективнішими копачами та потужними очисниками або ж запроваджувати проміжне польове зберігання зібраного врожаю біля доріг із твердим покриттям з далшим інтенсивним доочищенням навантажувачами-доочисниками. Це посприє зменшенню на 40–60% кількості ґрунту та рослинних решток, які потрапляють на переробні підприємства.

Очисні робочі органи, які в бурякозбиральних комбайнах установлюють безпосередньо за копачами, за конструкцією поділяються на турбінні, кулачково-бітерні, вальце-шнекові та прутково-транспортні. Кулачково-бітерні, вальце-шнекові та прутково-транспортні типи очисників можуть між собою поєднуватися в різні конструкційні комбінації.

Для додаткового очищення коренеплодів від землі та рослинних решток під час їхнього транспортування в бункері або технологічному транспорті в конструкціях бурякозбиральних комбайнів здебільшого використовують пруткові транспортери. Як тягові ланки використовують ребристі гумові стрічки або ролико-втулкові ланцюги.

Загальні компоновальні схеми самохідних бурякозбиральних комбайнів відпрацьовані в двох типових варіантах: із заднім і переднім розміщенням двигуна і відповідним зміщенням бункера.

Заднє розміщення двигуна характерне для не універсальних, суто збиральних машин, а переднє — для універсальних шарнірно-блочних, які змонтовано за модульним принципом, завдяки чому вони можуть ширше використовувати енергомодуль.

Аналіз свідчить, що розвиток елементної бази сприяє створенню компактніших гичковидаляючих модулів із подрібненням і розкиданням гички по полю та потужних очисників. Це зумовлює розробку досконаліших самохідних машин для збирання цукрових буряків бункерного типу для 1–2-фазного збирання.

Слід зазначити, що за останні 15–20 років еволюція бурякозбиральних

машин відбувалася в напрямі обладнання їх спочатку бункерами-компенсаторами місткістю 1,5–3,5 т. А потім, зі збільшенням потужності двигунів внутрішнього згорання до 250–300 кВт і створенням ефективних гичкозбиральних модулів та очисників, місткість бункера збільшували поетапно — до 10–12 т, 15–18 т, 20–25 т. Це пояснюється не лише зростанням спеціалізації агрофірм і концентрацією підприємств цукрової промисловості, а й технічними, технологічними та економічними перевагами, такими як: підвищення продуктивності та якості збирання, скорочення терміну збирання, зменшення потреби в транспорті (автомобілях, тракторах, причепах). Це сприяє підвищенню надійності комплексів машин для збирання цукрових буряків завдяки зменшенню кількості їх ланок у технологічному процесі. Практично всі провідні фірми світу створили сучасні самохідні комбайни, які оснащено бункерами.

Усі комбайни оснащені бункерами для нагромадження зібраних коренеплодів. Місткість бункерів — від 4 м³ до 40 м³. Бункери невеликої місткості (4–4,5 м³) розміщено ззаду комбайнів, середньої (12,5–25 м³) та великої (40 м³) — між переднім і заднім мостами. Комбайни з великою місткістю бункерів оснащені трьома мостами. Завдяки оснащенню бункерів високопродуктивними вивантажувальними транспортерами, досягається швидке вивантаження коренеплодів навіть із бункерів великої місткості.

Отже, останнім часом розробка потужних і надпотужних конструкцій самохідних бурякозбиральних машин здійснюється в напрямі підвищення потужності двигунів — від 300–350 к. с. до 420–510 к. с. і переходом із двовісної на тривісну ходову систему (6×6). Надпотужні бурякозбиральні комбайни фірм Kleine, ROPA та інших з місткістю бункера 25–35 м³ і 40 м³ комплектують профільними шинами та розосереджують їх розміщення за шириною захвата для забезпечення рівномірного ущільнення ґрунту. Тривалість вивантаження — не довше 1 хв.

Більшість самохідних комбайнів — шестирядні, але наявні й трирядні. Маса шестирядних самохідних комбайнів — 15100–25200 кг, трирядних —

9500–12900 кг. Потужність двигунів, установлених на шестирядних самохідних комбайнах, — 200–480 к. с., на трирядних — 180–260 к. с.

Для полегшення обслуговування самохідні комбайни оснащено автоматизованими системами водіння рядками і регулювання глибини ходу викопувальних органів, системами автоматичного контролю технологічних і технічних параметрів, системами централізованого автоматичного змащування всіх вузлів, бортовими комп'ютерами, зручними постами керування, комфортабельними кабінами з кондиціонерами та опаленням, потужним електроосвітленням.

Певні моделі комбайнів передбачають можливість бічного зміщення мостів для запобігання проходженню коліс по одному сліду та зменшення ущільнення ґрунту. Передбачено також можливість поворотів передніх і задніх коліс у різні боки (для зменшення радіуса повороту) та в один бік (для забезпечення бічного зміщення всієї машини — система «крабового» ходу). Застосовують також повороти задніх коліс під певним кутом до напрямку руху та їх автоматичну фіксацію в повернутому положенні — для запобігання знесенню машини під час роботи на поперечних схилах.

Завдяки фронтальному розміщенню гичкозбирального й викопувального модулів, що автоматично спрямовуються по рядках, і спеціальним технологічним люфтам активних лемішно-коливальних копачів ($\pm 20\text{--}30$ мм), створюються умови для спрощення й поліпшення виконання технологічного процесу в цілому. Велика протяжність очисного тракту (10–12 м) зі зміною напрямків руху та створенням турбінними очисниками значних інерційних зусиль забезпечують належне очищення коренеплодів від землі, рослинних решток і навіть часткове обминання необрізаної гички у технологічному потоці. Наявність бункерів місткістю 12,5–25 м³ дає змогу формувати великі польові кагати на одному кінці поля. Із збільшенням місткості бункера до 40 м³ коефіцієнт робочих ходів і продуктивність комбайна зростають на 15–20%. Завдяки оснащенню комбайнів із великою місткістю бункерів тримостовими ходовими системами з гідростатичним

приводом і широкопрофільними шинами (завширшки близько 1,1 м), машини восени мають високу прохідність, а активні лемішно-коливальні копачі, потужні шнекові та турбінні очисники працюють і у вологих умовах, і на важких суглинках. Поширенню самохідних потужних шестирядних бункерних комбайнів сприяє їх висока технологічна й технічна готовність працювати навіть за несприятливих пізньоосінніх перезволожених умов, а також бажання вилучити з роботи дорогий технологічний транспорт і мати на збиранні цукрових буряків тільки одного машиніста.

Самохідні бурякозбиральні комбайни виробляють фірми: Franz Kleine, Holmer, Stoll, ROPA (Німеччина), Matrot, Moreau (Франція), TIM (Данія), AGRIFAC, RIECAM, VREDO (Нідерланди), P. Barigelli&C, Italo svizzera (Італія) та інші. В Україні найвідоміші такі самохідні бурякозбиральні комбайни: SF-10 фірми Franz Kleine (Німеччина), M-41MH фірми Matrot (Франція), GR-4000, LECTRA-4005 фірми Moreau (Франція), R26.45K та R26.50K фірми ROPA (Німеччина), KRBS фірми Holmer (Німеччина), SR-1800 і SR-2500 фірми TIM (Данія). Зарубіжні бурякозбиральні комбайни дорогі, їх використання ефективно в господарствах із високою врожайністю (понад 50 т/га) та великою площею висівання (сезонне напрацювання на комбайн має бути 600–800 га).

Україні, яка вирощує цукрові буряки на площі 800 тис. га, доцільно виготовити власний самохідний бурякозбиральний комбайн, який би відповідав таким вимогам. Бурякозбиральні комбайни призначено для збирання гички чи розкидання її по полю та збирання коренеплодів з одночасним навантаженням у транспортний засіб або для нагромадження їх у бункері з дальшим перевантаженням у транспортний засіб. Бурякозбиральні комбайни обов'язково оснащують автоматичною системою керування напрямком руху машини міжряддями, системою автоматичного контролю за технологічним процесом робочих органів, обліком часу роботи, зібраної площі та за іншою інформацією із її збереженням і можливістю перенесення в комп'ютерну мережу. Робоча швидкість бурякозбиральних комбайнів має

бути не меншою від 6,0 км/год, транспортна — близько 20 км/год. Продуктивність за годину основного часу — не менше 0,54 га для дворядних, не менше 0,81 га — для трирядних і не менше 1,62 га — для шестирядних комбайнів. Коефіцієнт надійності виконання технологічного процесу — не менше 0,98; коефіцієнт використання змінного часу — не менше 0,75. Бурякозбиральні комбайни мають забезпечувати 98,5% збору коренеплодів. У купі зібраних коренеплодів домішок повинно бути не більше 8,0%, у тому числі рослинних решток — не більше 0,20%. Пошкоджених коренеплодів може бути не більше 10%, у тому числі сильно пошкоджених — не більше 5%. Питомі витрати пального мають становити для дворядних — не більше 24,0 кг/га, для три- та шестирядних — не більше 30,0 кг/га. Напрацювання на відмову має бути не менше 50 годин основного часу, коефіцієнт готовності за оперативним часом — не менше 0,95. Питома сумарна оперативна трудомісткість усунення відмов — не більше 0,08 люд.-год/год. Середньозмінний оперативний час технічного обслуговування (ТО) — не більше 0,40 год. Питома сумарна оперативна трудомісткість ТО — не більше 0,09 люд.-год/год. Питома конструкційна маса на виконанні технологічної операції для дворядних комбайнів — не більше 4400 кг/м, для трирядних — не більше 5100 кг/м і для шестирядних — не більше 6500 кг/м. Питома матеріаломісткість для дворядних — не більше 9700 кг/га/год, для трирядних — не більше 11000 кг/га/год і для шестирядних — не більше 14400 кг/га/год. Оперативна трудомісткість переведення з транспортного положення в робоче і навпаки — не більше 0,10 люд.-год. Дорожній просвіт — не менше 300 мм. Бурякозбиральні комбайни мають відповідати вимогам ДСТУ 2189-93: «Машини сільськогосподарські навісні та причіпні. Загальні вимоги безпеки» та ГОСТ 12.2.019-76 «Система стандартів безпеки труда. Тракторы и машины самоходные сельскохозяйственные. Общие требования безопасности». Комбайн має обслуговувати один тракторист, витрати праці при цьому мають бути для дворядних комбайнів — не більше 2,44 люд.-год/га, для трирядних — не більше 1,64 і для

шестирядних — не більше 0,82 люд.-год/га. Річне завантаження — не менше 160 годин. Термін експлуатації комбайнів — вісім років.

Монтований бурякозбиральний комбайн — це універсальний енергетичний засіб (самохідне шасі), на якому модульно монтують гичкозбиральний і коренезбиральний агрегати, бункер (за його наявності), навантажувальний транспортер та інші пристосування й вузли. Монтовані бурякозбиральні комбайни оснащують такими самими типами робочих органів, як і самохідні.

Причіпні бурякозбиральні комбайни. Усі причіпні бурякозбиральні комбайни мають міцну основну раму, на якій монтують гичкозбиральний і коренезбиральний модулі з механічними або гідравлічними системами приводів, бункер, встановлюють автономну гідросистему, систему автоматичного керування руху рядками.

Причіпні бурякозбиральні комбайни оснащують бункерами-нагромаджувачами різної місткості. Однорядні комбайни агрегатують з енергозасобами, які мають двигуни потужністю 30–55 к. с., а дво- і трирядні — з енергозасобами на 75–120 к. с. Ширина міжрядь цукрових буряків, на яку розраховано комбайни, — 45 см і 50 см. В окремих комбайнах передбачено можливість зміни ширини міжрядь у межах від 40 см до 70 см. Маса комбайнів залежить від конструкції та ширини захвату. Для однорядних комбайнів вона становить 2400–2800 кг, дворядних — 3600–6300 кг, трирядних — 5400–7020 кг. Усі комбайни розраховано на автоматичне розкидання гички по полю, але окремі їх моделі передбачають оснащення транспортерами або пристроями для навантаження гички в транспортні засоби.

Зрізання гички причіпними комбайнами здійснюють у дві фази. Перша фаза — зрізання гички на рівні найвище розміщених головок коренеплодів з одночасним її подрібненням і розкиданням по полю (або навантаженням у кузов транспортного засобу, що рухається поряд). Друга фаза — дообрізування головок коренеплодів. Першу фазу зрізання гички здійснюють

роторні гичкорізи з горизонтальним валом і шарнірно підвішеними до нього ножами, другу — дообрізувачі з пасивними гребінчастими копірами та пасивними ножами. Для викопування коренеплодів використовують лемішно-коливальні копачі, пасивні копачі — «полоз-сферичний диск», пасивні дискові копачі. Аналіз свідчить, що бурякозбиральні комбайни нового покоління обладнують копачами коливального типу в різних модифікаціях, із частотою коливань від 3–5 Гц до 10 Гц. Слід зазначити, що є розробки копачів із протифазним колюванням їхніх робочих органів.

На комбайнах, які оснащено дисковими копачами, застосовують диски системи «Опель», що обертаються завдяки зчіплюванню з ґрунтом. Для цього на дисках є спеціальні ґрунтозачеми. Для очищення викопаних коренеплодів від землі та рослинних решток застосовують пруткові турбіни з бічними решітками.

Транспортери — пруткові, виготовлені на основі прогумованих пасів. Усі комбайни обладнано автоматичними системами проходження рядками і регулювання глибини ходу копачів. Для полегшення обслуговування комбайнів застосовують електрогідравлічні системи керування. Щоб запобігти бічному спрацюванню під час роботи на полях із поперечними схилами, комбайни оснащують дисковими ножами-стабілізаторами та системами керування ходовими колесами. У ходових системах причіпних бурякозбиральних комбайнів застосовують колеса із широкопрофільними шинами для зменшення ущільнення ґрунту. Більшість комбайнів оснащено автономними гідросистемами для приводу робочих органів та для керування технологічним процесом.

Найбільшого сучасного поширення набули дво- та трирядні причіпні бурякозбиральні комбайни фірм Franz Kleine, Stoll (Німеччина) і TIM (Данія). Це дворядні KR2 (Franz Kleine), V202 (Stoll), RATIONAL (Becker), MIIISA/TE120 (AIM) та трирядні V300 (Stoll), ROTIONAL (Becker), MIIISA/TE120 (TIM). В Україні на КВП «ДКЗ» (Дніпропетровськ) серійно виробляють бурякозбиральний комбайн КСП-2. Причіпні бурякозбиральні

комбайни в 60-ті роки минулого століття виробляли у колишньому СРСР. Це СКД-2 та КСТ-3. У колишній Чехословаччині — ЗВСХ («АГРОСТРОЙ» та ін.), у ФРН — Automatic 3001/5002/5003/5500 (Franz Kleine), у Данії — KRB/S2RE, KRB/S301RE (TIM).

Вимоги до якості виконання технологічного процесу монтованими та причіпними бурякозбиральними комбайнами аналогічні до самохідних. Двофазне збирання цукрових буряків здійснюють дві окремі машини: гичкозбиральна та коренезбиральна.

Сьогодні виникла потреба мати в парку гичкозбиральних машин високопродуктивні, прості, мало матеріаломісткі та малоенергоємні гичкозбиральні й гичкозрізувальні машини, які б відповідали таким вимогам.

Гичкозбиральні машини призначено для зрізання гички з коренеплодів, доочищення головок від незрізаних решток з одночасним навантаженням їх у транспортні засоби. Гичкозрізувальні машини призначено для зрізання гички з коренеплодів, доочищення головок від незрізаних залишків, видалення гички та рослинних решток із зони рядків із подальшим розкиданням її на вільне від буряків поле. Гичкозбиральні машини обладнують автоматичним регулюванням керування напрямком руху вздовж рядків. Гичкозбиральні та гичкозрізувальні машини можуть бути обладнані системою автоматичного контролю за виконанням технологічного процесу робочими органами, для обліку часу роботи та зібраної площі, іншої інформації з її збереженням і можливістю перенесення в комп'ютерну мережу.

Гичкозбиральні машини оснащували потужними ротаційно-лопатевими очисниками головок як індивідуальними для кожного рядка, так і суцільними лопатево-гвинтовими, установленими під кутом до напрямку руху машини для вимітання рослинних решток із зони рядків. Згодом, зі створенням начіпних комплексів для роздільного дво-трифазного збирання і самохідних бурякозбиральних машин і переходом на двостадійне суцільне видалення гички з подальшим дообрізуванням головок коренеплодів, було розроблено високопродуктивні гичковидаляючі та викопуючі модулі, використання яких

зменшує потужність доочисників головок коренеплодів.

Досвід багатьох країн світу свідчить, що ринкова економіка може ефективно функціонувати тільки за певних умов. Ринок вимагає чіткої організації та цілеспрямованого управління виробництвом і реалізацією сільськогосподарської продукції на основі сучасного менеджменту й маркетингу.

Без широкого, по-сучасному організованого цивілізованого внутрішнього ринку вирватися з периферійної зони і утвердити себе як високорозвинуту державу Україна не зможе. Це насамперед стосується ринку агропромислової продукції, формування якого починається з реформування планової соціалістичної економіки, розвитку товарно-грошових відносин і лібералізації обмінних процесів.

Економічна ситуація, що склалася в бурякоцукровому виробництві, характеризується значним занепадом галузі, скороченням виробництва і реалізації як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Слід підкреслити, що в минулому Україна була великим експортером цукру. Найбільшим ринком його збуту були республіки колишнього Радянського Союзу. Але чимало з цих країн стали розвивати своє бурякоцукрове виробництво і припинили експорт цукру з України. Найбільшими експортерами були Росія й республіки Середньої Азії. Росія впродовж доволі короткого терміну забезпечила розвиток власного бурякоцукрового підкомплексу і довела виробництво цукру до обсягів, які цілком забезпечують її внутрішні потреби. Тому вона значно збільшила митні збори за експорт цукру і Україна змушена була звести його до мінімуму.

Головною проблемою для України стає збільшення виробництва цукру, зниження його собівартості, підвищення конкурентоспроможності та вихід на світовий ринок. У перспективі Україна може стати імпортером цукру в Грузію, Азербайджан, Вірменію, Казахстан, Туркменістан та інші країни Середньої Азії. Вони впродовж багатьох років закупляли цукор в Україні і вона має відновити свої традиційні зв'язки з цими країнами.

Однак, крім зовнішнього ринку цукру, необхідно насичувати ним і внутрішній ринок. Потреби населення в цукрі задовольняються ще не повністю, а тому можливості його реалізації на внутрішньому ринку ще доволі значні. Слід підкреслити, що обсяг реалізації цукру на внутрішньому ринку постійно скорочується.

Важливе значення для ринку цукру мають канали його реалізації, обсяги продажу і ціни. Основними каналами реалізації цукру стали цукрові заводи, власне населення, продовольчий ринок і бартерні угоди. В умовах низької заробітної плати, пенсій і стипендій українерегулярної їх виплати покупна спроможність населення постійно зменшується, а відповідно зменшується і виробництво, реалізація та споживання цукру.

Унаслідок відсутності регульованого ринку цукру, економічних механізмів стимулювання його ефективного виробництва, високу його собівартість, ціну й низьку конкурентоспроможність Україна постійно зменшує виробництво цукру і його реалізацію на внутрішньому й зовнішньому ринках. Це спричиняє дуже великі втрати для бурякоцукрового підкомплексу й аграрного сектора економіки.

Сьогодні простежується тенденція привабливості щодо збільшення імпортованих поставок сирцю — вироблений з нього білий цукор дешевший від цукру, виробленого з цукрових буряків. Однак Україна має дуже великі, далеко ще не реалізовані можливості збільшення власного виробництва цукру із цукрових буряків. Великі можливості збільшення виробництва, наявність великої кількості цукрових заводів дають можливість значно збільшити виробництво цукру. При умові раціоналізації розміщення цукрових буряків, оптимальної їх концентрації на придатних для їх вирощування землях, упровадження прогресивних технологій і поглиблення спеціалізації на їх виробництві Україна має можливість довести виробництво буряків до 55–60 млн т, а виробництво цукру — до 6–8 млн т.

Стабілізаційний процес бурякоцукрового підкомплексу значною мірою залежить від успіхів його переходу на ринкові умови: квотування насамперед

визначену і встановлену частку впровадження гарантованих цін на цукрові буряки і цукор, стимулювання розвитку прогресивної фінансово-кредитної політики тощо. Це пов'язане з тим, що продукція споживається протягом всього року, а її виробництво триває всього кілька місяців. У нашій країні весь вироблений на ринок цукор реалізується за низькими цінами. До нового врожаю ціна весь час зростає, але бурякосійні господарства від підвищення ціни на цукор жодного зиску не мають, весь дохід від реалізації цукру залишається в руках комерційних структур. Тому пропонуються механізми реалізації цукру за місячними квотами і встановлення оптимальних цін на нього. Такий механізм має сприяти усуненню цінових перекосів і стимулювати розвиток бурякоцукрового виробництва. Для цього була створена спеціальна міжвідомча комісія з питань регулювання ринку цукру. Розроблені нею рекомендації покладені в основу певних постанов Кабінету Міністрів.

Стосовно єдиної ціни на цукор, то окремі положення треба конкретизувати, передбачивши диференціацію єдиної ціни стосовно конкретних природно-економічних умов: Полісся, Лісостепу, Степу і передгірських районів Карпат. Найреальніша ціна на цукор має стати основою для встановлення оптимальної гарантованої ціни на цукрові буряки. При калькуляції базової ціни на цукрову сировину необхідно врахувати очікуваний обсяг виробництва цукру з урахуванням прибутку від продажу меляси і жому. Ціна на цукрові буряки має бути основою для визначення прибутків бурякосійних господарств. Для того щоб забезпечити нормальне розуміння відтворення, її необхідно підвищити удвічі. Це сприятиме відновленню й збільшенню виробництва цукросировини.

Щодо квотування, то тут необхідно використати світовий досвід і зокрема країн Європейської Співдружності, у яких введені в дію квоти А, В, С. Щодо внутрішньої квоти А, то вона в Україні має становити близько 2 млн т цукру або 38 кг на 1 жителя, із яких 30% доцільно виділити бурякосійним господарствам для матеріального стимулювання буряководів та

для інших внутрішніх потреб. Цукор цієї квоти має вироблятися на основі угод між бурякосійними господарствами, цукровими заводами і державою в межах обсягів, які включають продану господарствами кількість цукрових буряків для внутрішнього ринку. Під час укладання угод між державою, бурякосійними господарствами і цукровими заводами державні інтереси мають представляти Фонд регулювання ринку цукру і цукрові заводи.

Щоб підтримати внутрішню ціну на продукцію і дати можливість вітчизняним товаровиробникам отримати прибутки, які б сприяли розвитку галузі в умовах конкуренції та вільної торгівлі, необхідно врахувати імпорتنі квоти та митні збори. Митна політика України має бути спрямована на захист внутрішнього ринку від зовнішньої експансії, а також на стимулювання розвитку бурякоцукрового підкомплексу.

Прицільна політика демпінгової торгівлі країн-конкурентів полягає в тому, щоб зруйнувати бурякоцукровий підкомплекс України і стати лідером на світовому ринку цукру. Основна мета такої демпінгової політики — не лише зруйнувати бурякоцукровий підкомплекс, а й позбавити бурякоцукрову галузь конкурентоспроможності на світовому ринку. Тому політика України щодо розвитку бурякоцукрового підкомплексу має бути скерована на захист його від руйнації.

Отже, щоб забезпечити прискорений розвиток вітчизняного цукровиробництва, забезпечити його конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках, слід збільшити капіталовкладення в машинобудівну галузь, удосконалити митну й протекціоністську політику.

Слід зазначити, що держава вже вживає необхідних заходів щодо комплексного розвитку бурякоцукрового виробництва. У Законі України «Про державне регулювання виробництва і реалізації цукру» вже розроблено цілий комплекс заходів, спрямованих на стимулювання розвитку бурякоцукрового підкомплексу та підвищення економічної ефективності його функціонування [68].

Важливим показником розвитку цукрової промисловості підприємств

машинобудівної галузі є не тільки рівень виробництва цукру, але і його споживання населенням. У минулому, коли в Україні працювали на повну потужність усі цукрові заводи, населення України, як вже зазначалося вище, споживало найбільше цукру у світі. У 1990 р. його споживання становило 50 кг на душу населення, а у 2009 р. воно зменшилося до 39 кг. У Вінницькій області споживання цукру зменшилося з 52,2 кг до 36,7 кг, у Волинській з 53,8 кг до 33,1 кг, Кіровоградській — з 53,0 кг до 38,2 кг, Полтавській — з 54,4 кг до 39,3 кг, Тернопільській — з 54,7 кг до 32,7 кг, Хмельницькій — з 55,1 кг до 35,4 кг. Раціональна науково обґрунтована норма споживання цукру — 38 кг на одного жителя. У 1990 р. населення України споживало цукру на 10–15 кг більше від науково обґрунтованих норм. З 1990 р. до 2009 р. виробництво цукру в Україні зменшилося з 6791,2 тис. т до 1621,1 тис. т, або на 5170,1 тис. т.

Таке різке зменшення виробництва цукру призвело до зниження його споживання. Вище науково обґрунтованої норми споживання цукру — у Закарпатській, Київській, Полтавській і Чернігівській областях. В усіх інших областях воно стало нижчим від науково обґрунтованої норми на 1,5–5 кг. Скорочення виробництва цукру, постійне зростання цін на нього, зниження купівельної спроможності населення змусили зменшити його споживання.

Аналіз і оцінка балансових розрахунків попиту і пропозиції цукру показують, що пропозиція більша загального і продовольчого використання. Однак треба відзначити, що для повного забезпечення населення України цукром, необхідно визначити раціональну і критичну межу й зіставити з його виробництвом.

Наприклад, на початок 2009/2010 маркетингового року залишки цукру у суб'єктів ринку оцінювалися у 0,56 млн. тонн при середньомісячному споживанні в межах 150-155 тис. тонн, тобто прогнозний дефіцит цукру у 2009/2010 маркетинговому році становив 0,44 млн. тонн (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2

Баланс попиту та пропозиції цукру в Україні (тис. тонн)

№ п/п	Показник	2008/2009 маркетинговий рік	2009/2010 маркетинговий рік
I	Пропозиція продукції -всього	1885	2305
1.1	Внутрішнього ринку - всього	1830	1860
	в тому числі:		
1.1.1	Залишки на початок періоду	560	560
1.1.2	Власне виробництво	1270	1300
1.2.	Зовнішнього ринку (імпорт)	55	445
II	Попит на продукцію -всього	1885	2305
2.1	Внутрішнього ринку - всього	613	1840
	з нього:		
2.1.1	Фонд споживання населення	580	1740
2.1.2	Інше споживання	33	100
2.2.	Зовнішнього ринку (експорт)	1	5
2.3.	Залишки на кінець періоду	1271	460
<i>Споживання на душу населення, кг на рік</i>		38	38

Отже, споживання населенням України цукру ще не переступило критичної межі. Разом з тим, якщо тенденція зниження виробництва цукру і далі триватиме, то вже в недалекому майбутньому в Україні може з'явитися значний дефіцит цукру.

Основними складовими балансу рівнів виробництва і споживання цукру є обсяг його виробництва, фонд споживання, втрати в сільськогосподарському виробництві, переробка на харчові потреби, пропозиція і попит. Раціональна межа виробництва має становити 2178,5 тис. т, а фонд споживання — 1870,3 тис. т.

Модернізація і подальший розвиток як підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки так і цукрової промисловості загалом можливі при

умові збільшення вітчизняних і залучення іноземних інвестицій, збільшення капіталовкладень на розвиток, модернізацію і технічне переозброєння цукрових заводів.

Модернізація галузі, розвиток науково-технічного прогресу покликані стати магістральним напрямом цукрової промисловості. Вони мають забезпечити підвищення якості цукру, збільшення його асортименту, зниження собівартості і конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках, упливати на рівень адаптивнотрансформаційних здатностей відродження підприємств сільськогосподарського машинобудування інноваційно-логістичними засобами з врахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом.

Головним його завданням має стати, як зазначалося вище, стабільне нарощування виробництва цукру-піску та збільшення експортного потенціалу. Розміри виробництва не повинні бути нижчими від критичної межі, а споживання не має бути нижчим від науково обґрунтованих норм.

Для повного забезпечення України продукцією підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки визначена раціональна межа його виробництва.

З метою просування продукції підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки на зовнішній ринок і захисту внутрішнього ринку від експансії іноземних держав необхідно вдосконалити протекціоністську і митну політику держави.

Для прискореного виходу цукрової промисловості з кризової ситуації держава повинна взяти на себе управління бурякоцукровим підкомплексом на основі сучасного менеджменту і маркетингу, максимально задіяти усі економічні механізми мотивації його розвитку. Тому на зазначену мету доцільно скоригувати інвестиційну, фінансово-кредитну, цінову, податкову, протекціоністську, торгову і митну політику.

Поєднуючи адміністративні, економічні, соціально-психологічні та планові методи управління, державні й ринкові регулятори з використанням

досвіду зарубіжних країн, держава може вивести бурякоцукровий підкомплекс та підприємства з виготовлення бурякозбиральної техніки із кризової ситуації.

2.3. Аналіз ринку бурякозбиральної техніки та експортних можливостей підприємств машинобудівної галузі

Сільськогосподарське машинобудування значною мірою впливає на ефективність функціонування та рівень розвитку агропромислового комплексу, успішність вирішення його економічних, соціальних, екологічних і науково-технічних проблем, а отже на стан продовольчої безпеки держави.

Пріоритетність розвитку машинобудування для агропромислового комплексу визнана у 2002 р. Законом України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу» [71]. Проте сприятливих організаційно-економічних механізмів і фінансових умов для відродження цієї галузі не створено. Обсяги випуску техніки вітчизняними підприємствами зменшуються, окремі підприємства не працюють або взагалі припинили своє існування. На сьогодні аграрні підприємства забезпечені основними сільськогосподарськими машинами лише на 45-65% від розрахункової технологічної потреби. З них близько 95% експлуатуються поза амортизаційними строками, майже дві третини машинно-тракторного парку становить техніка віком близько 20 і більше років. Нажаль в Україні відсутня дієва державна політика розвитку вітчизняного машинобудування для забезпечення потреб сільгоспвиробників. На внутрішньому ринку вже майже 80% обсягів продажу припадає на технічні засоби зарубіжного виробництва, яких лише у 2010 році реалізовано на 2,6 млрд. доларів США. А це відтік із економіки України фінансових ресурсів, втрата тисяч робочих місць, науково-технічного та виробничого потенціалу машинобудівних підприємств, їх занепад і повна залежність агропромислового виробництва України від зарубіжних фірм.

Державна програма розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу на 2007-2010 роки, яка спрямована на вирішення питань системного розвитку галузі машинобудування для агропромислового комплексу і забезпечення сільськогосподарських та переробних підприємств високоефективною конкурентоспроможною вітчизняною технікою і обладнанням, передбачала такі обсяги фінансування (рис. 2.2).

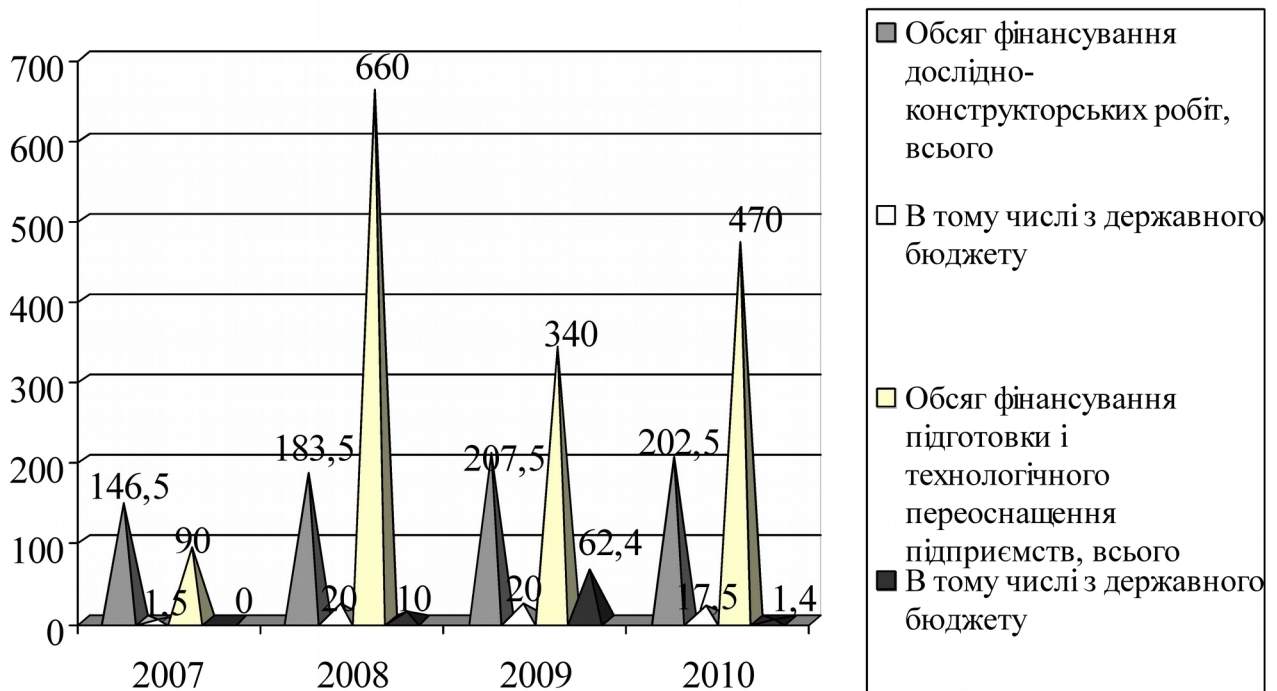


Рис. 2.2. Обсяги фінансового забезпечення створення техніки, підготовки виробництва і технічного переоснащення підприємств машинобудування для агропромислового комплексу на 2007-2010 роки (млн. грн.)

На жаль за час дії програми рівень виконання заходів за рахунок бюджетних коштів становив лише 18,2 % від передбаченого обсягу. При цьому з бюджету фінансувався тільки один із трьох програмних напрямів - дослідно-конструкторські роботи. Два інших - компенсація кредитних ставок банків за кредитами на технічне переоснащення підприємств АПК та удосконалення нормативно-правової бази з питань машинобудування для

АПК - не фінансувалися взагалі. Як наслідок, за наявності наукових розробок підприємства не змогли переоснастити власне виробництво під випуск нової продукції, що послабило їхню конкурентоспроможність.

На наш погляд, Державна програма мала суттєві недоліки, в ній не визначено практичних механізмів реалізації та конкретних завдань органам виконавчої влади, а стан планування й фінансування видатків держбюджету на виконання заходів програми був незадовільним та не сприяв ефективному використанню бюджетних коштів. Водночас, на сьогодні залишається невирішеною доля Державного департаменту тракторного і сільськогосподарського машинобудування, який функціонував у складі ліквідованого у ході адміністративної реформи Міністерства промислової політики України і опікувався розвитком вітчизняного машинобудування для АПК. Питання щодо того, хто буде реалізовувати задекларовані державні пріоритети у сфері вітчизняного машинобудування для АПК лишається відкритим.

Виходячи з тих обставин, що вітчизняне машинобудування для агропромислового комплексу перебуває в стані глибокої фінансової і технологічної кризи, яка вже зумовила критично низький рівень забезпечення підприємств сільського господарства, переробної і харчової промисловості високоефективною технікою, устаткуванням і обладнанням, призвела до спаду обсягів виробництва в агропромисловому комплексі, породила низку негативних соціальних явищ, вважаємо розробку Державної програми розвитку цієї галузі вкрай необхідною.

Ставка України на імпорту сільськогосподарську техніку є недоцільною з економічної та соціальної позицій, оскільки призведе до втрати виробничого та науково-технічного потенціалу, безробіття, залежності від імпорту, послабить позиції продовольчої безпеки та значно зменшить надходження до державного бюджету. До того ж вартість зарубіжних технічних засобів, необхідних для повного технологічного забезпечення сільгосптоваровиробників, порівняно з вітчизняними аналогами машин

орієнтовно буде більшою на 350–400 млрд. грн. Однак інтеграція вітчизняних і зарубіжних підприємств з широким використанням сучасних матеріалів і якісної елементної бази імпоротної техніки можлива і бажана. Україні потрібні вітчизняні високоякісні трактори й сільськогосподарські машини, обладнання для переробної і харчової промисловості.

Технології і обладнання підприємств машинобудування для агропромислового комплексу морально застаріли. Фізичне зношення їх основних фондів сягає 60–85%. Фінансовий стан підприємств галузі вкрай незадовільний. У зв'язку з цим відбувається швидка руйнація системи інженерно-технічного забезпечення села, деіндустріалізація і пов'язана з цим деградація агропромислового виробництва. Техніко-технологічний стан його характеризується забезпеченістю морально застарілими машинами і обладнанням на 45–58% від потреби. Понад 90% технічних засобів відпрацювали нормативний термін експлуатації і на їх ремонт витрачається на 35–50% більше коштів, ніж передбачено нормативами. Обмежена кількість технічних засобів зумовлює високу інтенсивність їх експлуатації та прискорене зношення. Система технічного обслуговування техніки, що діяла до 1990 р., зруйнована, а нова ще не створена. Підприємства, що виготовляють і реалізують нові технічні засоби, законодавчо не зобов'язані здійснювати їх сервісне обслуговування.

Якість вітчизняних машин за показниками технічного рівня низька. Машини нового покоління, що відзначалися б значним безвідмовним напрацюванням і загальним терміном експлуатації, високопродуктивністю, універсальністю, енергонасиченістю та багатоопераційністю для ресурсозберігаючих і енергоощадливих технологій виробництва і перероблення продукції сільського господарства, вітчизняна промисловість майже не виготовляє.

Нині на спеціалізованих машинобудівельних заводах існує предметна спеціалізація виробництва з жорсткими технологічними лініями, які не дозволяють швидко і з малими витратами переходити на нові і більш

прогресивні моделі техніки. Значна кількість виробничих потужностей не відповідає потребам ринку.

Слабка матеріально-технічна база дослідно-конструкторських організацій і низька якість конструкційних матеріалів не сприяють виробництву конкурентоспроможної сільгосптехніки. Відбувається вплив з підприємств кваліфікованих кадрів.

Розвиток галузі стримує недосконала нормативно-правова база з регулювання відносин у системах технічного, економічного і фінансового забезпечення агропромислового комплексу.

Для освоєння внутрішнього, а згодом і зовнішнього ринків техніки машинобудівним підприємствам необхідна масштабна реконструкція, повна модернізація обладнання та визначальних елементів технічної бази машин, розширення потужностей і освоєння нових технологій для виготовлення продукції з високими техніко-економічними показниками в обсязі 12–15 млрд грн щорічно. Самостійно без кардинальних організаційних змін і суттєвих вливань бюджетних коштів вирішити питання власного технічного переоснащення підприємств галузі неможливо.

Тим часом Україна є однією з країн світу, яка має найрозвинутішу цукрову промисловість (на її території розміщено 70 цукрових заводів). Це одна з провідних галузей харчової промисловості, яка визначає спеціалізацію агропромислового комплексу. За вартістю валової продукції в структурі харчової промисловості вона посідає друге місце, поступаючись лише м'ясній, а за кількістю промислово-виробничого персоналу — перше.

Завдяки сприятливим ґрунтово-кліматичним умовам, наявності великої кількості придатних для буряківництва земель і великих можливостей виробництва цукросировини в Україні впродовж тривалого періоду сформувався бурякоцукровий підкомплекс. Його розвиток відбувся на основі постійної реконструкції і нарощування потужностей діючих і будівництва нових заводів. Нові заводи мають потужності добової переробки від 3 тис. т до 7,6 тис. т цукрових буряків. Найбільшими з них є: Лохвицький

цукрокомбінат, Орільський (Полтавська область), Первомайський, Засільський (Миколаївська область), Демирський (Кіровоградська область), Кременецький, Борщівський, Буцацький (Тернопільська область).

Сировинні ресурси цукрової промисловості завжди були значно більшими, ніж надходило туди сировини. Так, у 1970–1980 рр. сезон цукроваріння коливався в межах 180–220 днів при оптимальному 100–120 днів. Радіуси сировинних зон цукрових заводів були дуже великими і вони завозились на далекі відстані автомобільним і залізничним транспортом. Тому виникла необхідність розширення потужності діючих і будівництва нових заводів. Упродовж 60–80-х рр. минулого століття в Україні було побудовано і реконструйовано майже 70 цукрових заводів, унаслідок чого було досягнуто оптимального співвідношення між сировинними ресурсами і цукровими заводами. Зокрема, було розширено потужності й збудовано нові цукрові заводи у Волинській (Гнідавський, Боровський, Володимирівський), Львівській (Золочівський, Самбірський, Красияцький) у Рівненській (Дубнівський, Острозький), у Тернопільській (Лановецький, Збаразький, Борщівський, Кременецький, Хоростківський).

У центральних областях — у старому традиційному районі бурякоцукрового виробництва — також було побудовано ряд нових заводів великої потужності: Теофіпольський — у Хмельницькій області, Пальмирський — у Черкаській, Рокитнянський — у Київській. Великі цукрові заводи споруджено також у південних областях, тобто в Кіровоградській (Олександрівський, Демонський, Новоукраїнський), в Одеській (Косовський, Заплавський, Краснознам'янський), у Дніпропетровській (Губницький), у Миколаївській (Первомайський і Засільський). У Харківській області став до ладу великий Куп'янський цукрокомбінат. Завдяки будівництву нових цукрових заводів у західних, східних та південних областях України досягнуто збалансованості сировинних ресурсів і потужностей цукрових заводів, значно зменшено радіуси сировинних зон, скорочено строки цукроваріння, непродуктивні витрати, зниження затрат на виробництво цукру, збільшення його виходу й

зростання економічної ефективності виробництва цукру в цілому.

Унаслідок удосконалення територіальної організації бурякоцукрового виробництва сформувались регіональні бурякоцукрові підкомплекси з високою концентрацією посівів цукрових буряків і цукрових заводів, потужністю 9 тис. т, 12 тис. т і навіть 30 тис. т добової переробки. Найбільшими цукровими заводами стали: Лохвицький, Орільський (Полтавська область), Первомайський і Засільський (Миколаївська область), Дениський (Кіровоградська область), Кременецький (Тернопільська область), Саливонський (Київська область), Гнідавський, Горохівський і Володимир-Волинський (Волинська область), Золочівський, Самбірський і Красияцький (Львівська область), Дубнівський, Острозький (Рівненська область), Лановецький, Збараський, Борщівський і Хоростківський (Тернопільська область).

Концентрація бурякоцукрового виробництва досягла в окремих областях дуже високого рівня. Так, у Вінницькій області сконцентровано 38 заводів, Черкаській — 23, Київській — 16, Тернопільській і Хмельницькій областях — по 15 заводів.

Протягом останнього десятиріччя відбулись великі деструктивні зміни у бурякоцукровому підкомплексі. Значне зменшення виробництва цукросировини, порушення економічних, фінансових, технологічних та інших взаємовідносин бурякосійних господарств і цукрових заводів із суміжними і допоміжними галузями, цілковита дезінтеграція, деінтенсифікація і деспеціалізація господарств, дуже великий диспаритет цін на промислові засоби виробництва та предмети праці, які використовуються в сільському господарстві, і сільськогосподарську продукцію, повна деформація вартісних показників та інші чинники зумовили занепад бурякоцукрового виробництва, у т. ч. і підприємств-виробників буряко-збиральної техніки.

Отже, проблемам підвищення трансфоспроможності підприємств галузі в контексті розвитку бурякоцукрового підкомплексу, удосконалення

його функціонально-компонентної і територіальної структур та підвищення економічної ефективності їх функціонування треба надавати першорядного значення для того, аби забезпечити значне нарощування виробництва. Україна має великі потенційні можливості щодо подальшого розвитку цукрової промисловості та стабільного нарощування виробництва.

Науково-технічний прогрес у цукровій промисловості становить безперервний процес удосконалення технічних засобів виробництва і предметів праці, розвитку комплексної механізації і автоматизації виробничих процесів, модернізації технологічного обладнання і впровадження у виробництво найновіших технологій, наукової організації праці, виробництва і управління. Основні напрями розвитку науково-технічного процесу визначаються особливостями галузі. До них належать доволі високий організаційно-технічний рівень виробництва, який склався в процесі тривалого економічного та історичного розвитку. Технологічні процеси й обладнання цукрового виробництва можуть постійно вдосконалюватись із розвитком науки і техніки. Монопродуктивний, безперервнопотоківий характер виробництва, заснований на апаратурних, технологічних, фізико-хімічних процесах переробки сировини, створює сприятливі умови для комплексної механізації і автоматизації всіх виробничих процесів і операцій.

Уніфікованість і одноманітність технологічних засобів, можливість їх об'єднання в технологічних процесах сприяють стандартизації підприємств і послідовності технологічних процесів, розвитку вузькоспеціалізованого виробництва та його механізації.

До галузевих особливостей бурякоцукрового виробництва належить також багатокомпонентний склад сировини, який створює передумови для розвитку комбінованих підприємств на базі підприємств бурякоцукрової промисловості і специфічні умови праці в приміщеннях при високих температурах та надлишку вологи, які ускладнюють виробничу санітаризацію і створення комфортних умов на робочих місцях. Однак

ускладнюють розв'язання питань науково-технічного прогресу в цукровій промисловості такі галузеві особливості, як велика сезонність виробництва, залежність техніко-економічних показників підприємств від коливань урожайності цукрових буряків, якості сировини, періодичності тепло-електро-водопостачання. Важливим є забезпечення заводів усіма комплектуючими і запасними частинами.

Розглянуті вище особливості впливають на організацію виробництва, можливості застосування досягнень науки і техніки. Так, сезонність виробництва цукросировини і залежність обсягу її виробництва від природних умов викликає тривалі простої цукрових заводів, неефективне використання технологічного обладнання і робочої сили. Пом'якшити або ліквідувати сезонність виробництва фактично неможливо. Інша особливість цукрової промисловості полягає у великій матеріаломісткості і вантажообігу, які ставлять технічний прогрес у галузі в залежність від розвитку науки і техніки у сфері промислової технології, дорожнього будівництва і транспорту, нових технологій зберігання сировини та продукції, механізації навантажувальних робіт і транспортування вантажів.

Аналіз специфічних особливостей розвитку бурякоцукрового виробництва дозволяє зробити висновок, що модернізація цієї галузі вимагає ґрунтовних наукових досліджень, проектно-конструкторських розробок з метою розв'язання складних науково-технічних і технологічних проблем розвитку цукрової промисловості. Слід зазначити, що впродовж тривалого історичного періоду, у результаті досягнень науки і техніки та проектно-конструкторських розробок цукрова промисловість стала всуціль модернізованою. Постійне вдосконалення технічного обладнання, яке відбувалося впродовж останніх років, вивело цукрову промисловість в число технічно розвинутих. Значних успіхів досягла цукрова промисловість у механізації трудомістких робіт. Особливо слід відзначити широке впровадження навантажувачів (тракторних лещат) і бурякоукладних машин, застосування яких звільнило понад 200 тис. осіб. Упровадження тракторних

навантажувачів звільнило на цих роботах понад 40 тис. робітників. Проблема вивантаження буряків із залізничних вагонів розв'язана шляхом створення спеціалізованих напіввагонів з щоками і днищами, спорудами для їх розвантаження естакадах бурячних з гідрантами і гідроустановок.

При подачі буряків із кагатних полів на заводи широко використовуються бульдозери, грейдери, крани, тракторні навантажувачі. Майже повністю механізований відбір проб із автомашин пробовідбірниками. Завершені підготовчі проектні та експериментальні роботи з комплексної механізації складів цукросировини і поширення її на цукрові заводи. На багатьох великих заводах України вже побудовані склади для зберігання сировини.

Унаслідок механізації навантажувально-розвантажувальних і транспортно-складських робіт із цукровими буряками значно скоротились затрати праці на їх виконання і втрати цукросировини.

Зношеність основних фондів у цукровій промисловості становить понад 40%, окремі заводи працюють на морально- і фізичнозношеному обладнанні. Тому на часі — інвентаризація заводського обладнання з метою його заміни новим, упровадження прогресивних технологій виробництва.

Важливе значення в підвищенні економічної ефективності бурякоцукрового виробництва матиме раціоналізація сировинних зон цукрових заводів. Радіус доставляння сировини на завод не повинен перевищувати 30–35 км. Тільки за таких умов досягаються найменші втрати сировини, найменші затрати на транспортування продукції і оптимальні строки її переробки. Таким чином, оптимальне поєднання посівів цукрових буряків і діяльності цукрових заводів може призвести до значного зменшення затрат на виробництво цукру.

Важливе значення для підвищення економічної ефективності має подальший розвиток науково-технічного прогресу, удосконалення техніки і технологій виробництва. У останні роки почалося широке впровадження нового технологічного обладнання, приступили до механізації робіт.

Значні успіхи досягнуто в удосконаленні технологічного обладнання підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки.

Розвиток вітчизняного приладобудування створив умови для певної автоматизації виробничих процесів і управління технологічними циклами. Комплексна механізація, повна автоматизація виробничих процесів призвели до створення безперервного циклу цукрового виробництва, зведення до мінімуму втрат сировини і готової продукції, затрат праці і матеріальних ресурсів, підвищення фондівіддачі, збільшення виходу цукру і зниження його собівартості, зростання рентабельності цукрових заводів. У цілому слід відзначити, що розвиток науково-технічного прогресу в цукровій промисловості перетворив її у високомеханізовану, автоматизовану та індустріалізовану галузь матеріального виробництва.

У цілому треба відзначити, що впродовж тривалого розвитку промисловість зазнала технічного переоснащення, повної модернізації і переходу на нові технології. Однак за останнє десятиліття в результаті неповного завантаження підприємств, їх тривалих простоїв чимало одиниць обладнання стало непридатним. Фактично протягом останніх років не проводилося заміни зношеної частини обладнання. У той же час аналогічні підприємства інших країн зазнали суттєвої модернізації, удосконалення організації виробництва та управління.

Зокрема, вимагає розв'язання пошук шляхів удосконалення надійних і тривалих способів модернізації обладнання. Ідеться про наукову підготовку і технічне оформлення повного комплексу високопродуктивного обладнання безперервної дії, розробку автоматизованої системи управління технологічними процесами (АСУТП), переведення на індустріальні методи всього комплексу допоміжних робіт, включаючи і ремонтні, розробку високоефективних систем використання побічних видів продукції, паливно-енергетичних та інших ресурсів, створення проектів повністю механізованого з високим рівнем автоматизації і найбільш раціональної організації виробництва, праці та управління. Варто підкреслити, що інші країни в цьому

плані досягли вже певних успіхів.

Поряд з накресленими програмами розвитку науки і техніки бурякоцукрового виробництва, у виконанні яких провідна роль має належати науково-дослідним і проектним організаціям галузі, можуть бути названі і певні комплексні програми досліджень, які становлять значний інтерес, виконання яких можливе в координації з науковими центрами, що ведуть фундаментальні дослідження в галузях кібернетики, фізики, біології, економіки і організації виробництва. До таких програм можуть бути віднесені наукові дослідження, пов'язані з необхідністю й розвитком матеріально-технічної бази і проектно-конструкторських робіт.

В умовах функціонування ринкової економіки важливого значення набуває маркетинг, який є власне діяльністю на ринку, яка спрямована на вивчення ємності ринку, його кон'юнктури, просування товарів від виробника до споживача. Роль і значення маркетингу полягає в регулюванні товарного виробництва з урахуванням споживчого попиту, кон'юнктури ринку і цін на товари. Він повинен зорієнтувати виробництво на такі види продукції і такі товари, які мають найбільший попит на ринку, можуть бути швидко реалізовані і принести значні прибутки (рис. 2.3).

Основні функції, які має виконувати маркетинг — це збирання, обробка достовірної і поточної інформації про територіальну організацію товарного виробництва, його структуру, обсяги, кількість і якість товарної маси, місткість, попит споживачів, ціни, інформаційне забезпечення товаровиробників і споживачів. Вивчення попиту, претензії, кон'юнктура, ціни на товари дають можливість оптимізувати їх розподіл у межах країни, раціоналізувати обмін товарами між окремими областями, економічними районами і здійснювати їх експорт. Вивіз із країни товарів і реалізація їх на зовнішньому ринку дозволяють організувати міжнародний обмін товарами, отримувати валютні надходження і поповнювати національний бюджет.



Рис. 2.3. Алгоритм і структура маркетингу машинобудівної продукції в контексті трансформаційних процесів

З маркетингом тісно пов'язаний менеджмент, тобто управління виробництвом і ринком. Воно можливе лише за допомогою глибокого аналізу масштабів виробництва, кон'юнктури ринку, його насичення товарами, покупної спроможності населення, попиту на різні види продовольчої продукції, можливості аграрного сектора економіки у виробництві всіх видів сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів. Отже, менеджмент слід розглядати як наукову, організаційну і практичну діяльність скеровану на управління, регулювання і планування розвитку суспільного виробництва і товарообміну між його окремими галузями, областями, окремими природно-економічними зонами.

Теорія і практика менеджменту базується на трьох основних підходах: ситуаційному, традиційному і системному.

За системного підходу менеджмент розглядається як управління системою, особлива увага при цьому приділяється управлінню її окремих складових і системи в цілому. Розглядаючи трансфоспроможність підприємств машинобудівної галузі в контексті агропромислового комплексу як систему, спрямовану на оптимізацію її галузей, координацію їх взаємодії в єдиному структурованому, цілісному і збалансованому комплексі. Менеджмент слід розглядати як координацію взаємодії всіх управлінських структур, спрямовану на об'єднання всіх структуроутворюючих елементів у єдину систему на основі агропромислової кооперації, вертикальної та горизонтальної інтеграції, комплексування і комбінування виробництва.

Ситуаційний підхід базується на тому, що синтезує в собі комплекс методів і прийомів управління, які у своїй сукупності забезпечують ефективне функціонування всіх підприємств агропромислового комплексу, у т. ч. машинобудівних. Він має базуватися на оцінці ситуації, що складається на певних етапах розвитку економіки. У кризовій ситуації управління має бути спрямоване на координацію всіх управлінських структур (міністерств і відомств) щодо забезпечення прискореного виходу з кризової ситуації. Використовуючи адміністративний і економічний методи управління і ринкові регулятори, держава, виходячи із тої ситуації, що склалася, регулює розвиток і розміщення продуктивних сил. В умовах економічного зростання, стабільного нарощування виробництва продукції, перенасичення ринку товарами управління має стати головним чинником регулювання розвитку економіки, узгодження попиту і пропозиції, збалансування товарообміну. Товарообмін має бути збалансований, тобто виробництво товарної маси повинно відповідати її потребам. Управління виробництвом має бути зорієнтоване передусім на якість ринку.

При традиційному підході перевага надається розробці універсальних принципів управління, тобто таких його методів і прийомів, які забезпечують

координацію всіх управлінських структур, спрямованих на організацію матеріального виробництва в утворювальному напрямі. До таких принципів можна віднести і відповідальність управлінських структур, прийняті рішення, оцінку їх ефективності.

Складні й суперечливі процеси ефективного ринкового реформування мають відбуватися під впливом міцної державної влади та ефективно діючого соціально-економічного управління, тобто сучасного менеджменту. З боку держави це має здійснюватись на мікрорівні методами адміністративного і правового регулювання і контролю діяльності за всіма господарськими структурами, фінансово-банківською системою, грошовим і кредитним обігом, структурними змінами в економіці в результаті розвитку науково-технічного прогресу, суспільного і територіального поділу праці, реалізації загальнодержавних програм економічних перетворень.

Держава має створювати максимально сприятливі умови і забезпечувати надійну правову базу для розвитку підприємств машинобудівної галузі в контексті АПК, розвитку ринкових відносин, підприємництва й агробізнесу. Що ж стосується власне ринку, то його місткість, ступінь дефіцитності, попиту і пропозиції, платоспроможності населення, цінова кон'юнктура виступають важливими стимулюючими чинниками розвитку власного товарного виробництва. Однак слід підкреслити, що трансфоспроможність виробництва визначає рівень розвитку і використання сучасного менеджменту в системі господарювання, його організаційну і технологічну досконалість, рівень мотивації виробництва, праці та підприємства. Саме тут конкуренція активно впливає на формування доходності, рентабельності, прибутків, інвестиційних нагромаджень, які є основою економічного зростання і розширеного відтворення.

Головна функція держави має зводитись найперше до ефективного управління соціально-економічними процесами, раціонального поєднання і оптимального сполучення централізованого регулювання економічних процесів і ринково-регулюючих механізмів управління макро- і мікро-

економічним розвитком. І це поєднання має відігравати особливу роль моделі переходу до ринкової економіки європейського взірця.

Усі важелі економічного розвитку, регулювання і контролю економічних явищ і процесів необхідно підпорядкувати мотивації прискореного розвитку агропромислового виробництва, формуванню і розвитку трансфоспроможних підприємницьких і господарських структур. Жодні «вільні ринки», ринкові кон'юнктури, шокова монетарна політика без державного управління і планування, організації відповідного інвестиційного процесу знизу догори і навпаки не спроможні забезпечити економічних перетворень. Їх можна досягти лише на основі науково-обґрунтованої державної політики, розробки і реалізації відповідних програм і створення нових господарських структур. Вони мають стати спонукальним чинником активізації трудової, господарської і підприємницької діяльності. Тому основним завданням державної економічної політики має стати розробка і реалізація науково-обґрунтованих програм, реформування агропромислового комплексу і створення відповідних виробничих структур, у т. ч. підприємств із виготовлення бурякозбиральної техніки з техніко-економічним обґрунтуванням. Формування нових господарських і підприємницьких структур мають будуватися на технологічних, економічних та інженерних розрахунках, економіко-математичному моделюванні, доборі їх оптимальних варіантів.

Використання найновіших методів і прийомів управління та планування сприятиме прискореному виходу агропромислового комплексу з кризової ситуації, забезпечення переходу на високоефективні соціально-економічні, господарські та підприємницькі параметри, підвищенню трансфоспроможності підприємств машинобудівної галузі.

Висновки до розділу 2

У процесі розвитку машинобудівної галузі в Україні сформувався бурякоцукровий підкомплекс, який є структурно завершеним, цілісним,

збалансованим, інтегрованим агропромисловим формуванням, до якого входили бурякосійні господарства, насінницькі господарства, заводи з підготовки насіння до посіву, науково-дослідні й проектно-конструкторські організації та підприємства з виготовлення бурякозбиральної техніки.

У посттоталітарний період унаслідок кризи як підприємства, так бурякоцукровий підкомплекс зазнали великих деформацій. Значно скоротилася посівна площа цукрових буряків, зменшилась їхня врожайність, зменшився валовий збір. Утворився великий дисбаланс між сировинними ресурсами і потужностями заводів, які змушені були скоротити виробництва.

Погіршення промислових засобів виробництва (сільськогосподарських машин, автомобілів, мінеральних добрив, хімічних засобів від хвороб і шкідників), а також системи матеріально-технічного постачання, руйнація зв'язків та системи агротехнічного обслуговування та інші чинники змусили підприємства скоротити виробництво бурякозбиральних комбайнів.

Вихід бурякоцукрового підкомплексу з кризової ситуації можливий при умові переведення його на індустріальну, інтенсивну і спеціалізовану основу. Це вимагає переорієнтації машинобудівного комплексу на розвиток сільськогосподарського машинобудування, насичення ринку всіма промисловими засобами виробництва, поліпшення системи матеріально-технічного постачання бурякосійних господарств, створення машино-тракторних станцій і служб агросервісу.

Проблемам розвитку бурякоцукрового підкомплексу, переведення його на інтенсивну індустріальну основу необхідно надати першочергового значення. Поглиблення спеціалізації господарств на виробництві цукрових буряків вимагає переорієнтації промисловості на збільшення виробництва промислових засобів виробництва (тракторів, автомобілів, сільськогосподарських машин та обладнання) і предметів праці, поліпшення системи матеріально-технічного постачання бурякосійних господарств, розширення масштабів гідротехнічної, хімічної і біологічної меліорації земель, удосконалення системи ведення землеробства, сівозмін, упровадження нових

індустріальних технологій вирощування цукрових буряків.

Такі висновки підтвердила характеристика стану виробництва продукції машинобудівної галузі та порівняльна оцінка ефективності комплексного виготовлення бурякозбиральної техніки й аналіз ринку бурякозбиральної техніки, а також експортних можливостей підприємств машинобудівної галузі.

Основні результати розділу опубліковані в наукових працях автора [39; 40; 41; 42; 44].

РОЗДІЛ 3

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНО-ЛОГІСТИЧНОГО ЛАНЦЮГА

3.1. Диференціація витрат виробництва та ціни на кінцеву продукцію як засіб трансфоспроможності та конкурентоздатності підприємств машинобудівної галузі

Машинобудування для АПК у структурі економіки України займає одне з важливих місць - це головне джерело розвитку сільськогосподарської та продовольчої галузей, які є стратегічно важливими, оскільки забезпечують продовольчу безпеку держави. Проте обсяги випуску техніки вітчизняними підприємствами зменшуються, окремі підприємства не працюють або взагалі припинили своє існування. Ситуація критична: сільгоспвиробники забезпечені технікою лише наполовину від технологічної потреби, а наявний машино-тракторний парк майже на 90 відсотків потребує заміни.

Сучасний рівень сільськогосподарського машинобудування в Україні характеризується такими процесами:

- відставання вітчизняної техніки від сучасних закордонних зразків за різними показниками, що робить її неконкурентоспроможною;
- зниження завантаженості потужностей виробничих підприємств (у цей час близько 30%, а на деяких підприємствах- не більше 6%);
- зниження купівельної спроможності споживачів сільськогосподарської техніки, що призводить до зниження рівня її реалізації;
- зниження рентабельності виробництва сільськогосподарської техніки (середня- на рівні 1,2%);
- поступове перетворення галузі сільськогосподарського машинобудування в ремонтну базу сільськогосподарської техніки (ремонтні

роботи й запасні частини в загальних обсягах виробництва досягли 39%) [94, С. 4];

- скорочення виробничого персоналу заводів, у тому числі кваліфікованих фахівців у галузі машинобудування (у сільськогосподарському машинобудуванні зайнято біля чверті тих, хто працює в машинобудуванні), які знаходять застосування в інших галузях господарства, що може призвести до того, що, за умови відродження сільськогосподарського машинобудування, буде недолік фахівців з досвідом і знаннями роботи саме на цих підприємствах;

- трансфоспроможність підприємств галузі є недосконалою, тяжіє до частих змін, не відрізняється стабільністю й ринковою спрямованістю, що призводить до збоїв у плануванні, організації й контролі.

На внутрішньому ринку України вже майже 80 відсотків обсягів продажу припадає на технічні засоби зарубіжного виробництва, яких лише у 2010 році реалізовано на 2,6 млрд. доларів США. А це відтік із економіки держави фінансових ресурсів, втрата тисяч робочих місць, науково-технічного та виробничого потенціалу машинобудівних підприємств, їх занепад і повна залежність агропромислового виробництва України від зарубіжних фірм.

Зменшення виробництва продукції сільськогосподарського машинобудування пов'язане з комплексом таких факторів:

- скорочення зовнішнього попиту на машинобудівну продукцію, спричинене рецесійними процесами у світовій економіці, що призвело до втрат експортерами зовнішніх ринків збуту, а звідси – неможливість отримання прибутків, відсутність обігових коштів для розвитку виробництва, зростання заборгованості по заробітній платі тощо;

- зменшення попиту на продукцію машинобудування на внутрішньому ринку. Це пов'язано зі зниженням купівельної спроможності вітчизняних споживачів у поєднанні із скороченням обсягів фінансування майже з усіх джерел (зменшення бюджетного фінансування, обмеження

кредитування комерційних банків, встановлення більш жорстких умов для отримання кредитів, підвищення відсоткових ставок на кредити внаслідок погіршення ліквідності банківських установ), що спричинило до згорання попиту на машинобудівну продукцію;

- заморожено споживче кредитування.

Враховуючи високу залежність машинобудівної галузі від традиційних зовнішніх ринків збуту продукції (головним чином, російського) та низький рівень диверсифікації зовнішніх ринків, даний фактор виступає суттєвим обмеженням щодо розвитку машинобудування.

Таким чином, в результаті скорочення попиту на продукцію машинобудування, в умовах погіршення умов кредитування та нестачі ліквідності виробники, в першу чергу, намагаються реалізовувати продукцію, що знаходиться в наявності на складах без нарощування обсягів виробництва.

Експертна оцінка можливого розвитку шляхів трансформаційних процесів показала, що досягнути успіхів можливо за рахунок інноваційно-логістичних чинників, у т.ч. диференціації структури виробництва, комплексного використання виробничих засобів, лізингу бурякозбиральної техніки тощо.

Вивчення диференціації витрат виробництва, ціни та собівартості продукції машинобудівних підприємств як засіб трансфоспроможності машинобудівної галузі в інноваційно-логістичному ланцюзі передбачає розгляд окремих технологічних проблем.

Наприклад, однофазний спосіб збирання цукросировини здійснюють прямим комбайнуванням однією самохідною машиною (бурякозбиральний комбайн КСБ-6 «Збруч»), яка за один прохід виконує всі технологічні операції збирання гички та коренеплодів.

Двофазне збирання здійснюють двома окремими машинами: причіпними гичкозбиральними [БМ-6Б, МБП-6 та її модифікації (МГУ-6, МБК-2,7), МГР-6 (роторна), МГШ-6 (шнекова), універсальною — МГМ-6 (розробили ННЦ ІМЕСГ і ІЦБ УААН, виготовило ВАТ «Борекс»)] і

самохідними коренезбиральними — КС-6Б, КС-6В, КБ-6, РКМ-6 (01-06), МКК-6 (02-07); або причіпними чотири- та шестирядними машинами МКП-4, МКП-6, які агрегують із орнопросапними тракторами Харківського тракторного заводу ХТЗ-120/121, ХТЗ-161/163.

Трифазне збирання проводять трьома машинами: гичкозбиральною (однією із зазначених вище), копачем-валкоукладачем КВЦБ-1,2 (ВАТ «Борекс» або АЗК-6-01 (ВАТ «Уманьферммаш») і підбирачем-навантажувачем ПНБВ-1,6 «Борекс» або АЗК-6-03 «Уманьферммаш».

Нажаль, на сьогоднішній день спостерігається скорочення парку практично всіх сільськогосподарських машин (табл. 3.1)

Таблиця 3.1

Виробництво основних видів промислової продукції в Україні за 2003–2010 роки*

Показники	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Трактори для сільського та лісового господарства, шт.	4556	5806	5543	3703	5282	6339	1445	5189
Борони дискові, шт.	2090	4101	4520	4421	5751	5517	1084	4825
Розпушувачі та культиватори, тис.шт.	7,7	8,9	8,0	11,5	9,2	10,4	4,6	6,4
Сівалки, тис.шт.	8,0	9,9	11,3	9,0	7,1	9,9	2,5	3,8
Косарки, тис.шт.	1,5	3,1	3,8	3,2	3,1	3,4	1,6	1,8
Комбайни зернозбиральні, шт.	101	305	308	208	137	309	56	97

*Примітка: розроблено дисертантом на основі даних Держкомстату України

При порівнянні великої значимості адаптивної здатності розвитку підприємств різних галузей господарства, у зв'язку з його багатоплановістю й універсальністю цілей, і становище, у якому опинилось сільське господарство й сільськогосподарське машинобудування в сучасних умовах, можна зробити висновок про необхідність його застосування для підвищення трансфоспроможності підприємств, що виробляють сільськогосподарську техніку для бурякоцукрового підкомплексу.

Економічне значення цукровиробництва полягає в забезпеченні потреб населення у цьому продукті. У минулому цукрові буряки були

рентабельнішою культурою і сприяли зміцненню економіки бурякосійних господарств. Агротехнічне значення буряківництва полягає в підвищенні культури землеробства, у сівозмінах — цукрові буряки є найкращим попередником для зернових культур. Вони — найбільш природо-, ресурсо-, трудо-, фондо- і енергомістка культура, тому їх вирощувати можуть тільки економічно потужні господарства. Маючи родючі ґрунти, сприятливі природноеконімічні умови для розвитку буряківництва, власну бурякозбиральну техніку господарства України постійно нарощували їх посівні площі, підвищували врожайність і валовий збір цукросировини.

Світові тенденції розвитку ринку цукру справляють прямий вплив на розвиток вітчизняної бурякоцукрової галузі та трансфоспроможність підприємств сільськогосподарського машинобудування. Країни ЄС продовжують скорочувати власне виробництво цукру відповідно до розгорнутої тут реформи ринку цукру, що спрямована на зменшення виробництва бурякового цукру з 19 до 13 млн. тонн, збільшення імпорту з 2 до 4 млн. тонн, зменшення експорту з 5 до 1 млн. тонн та зниження його ціни.

Вирощуванням цукрових буряків у 2008 році займалося 3295 підприємств, які виробили 14,8 млн. тонн цукросировини із площі 480 тис. гектарів. Підприємств, які отримали її до 50 ц/га, нараховується 137. На площі 6,4 тис.га вони виростили 20,2 тис. тонн коренеплодів (0,1 відсоток до загального виробництва). Найбільше таких підприємств у Вінницькій - 17, Кіровоградській - 14, Житомирській - 12, 11 - Тернопільській областях. 339 підприємств мали урожайність від 50,1 до 100,0 ц/га, валове виробництво з площі 19,2 тис. гектарів становить 151,6 тис. тонн (1 відсоток до загального виробництва). Найбільше їх у вже згадуваній Вінницькій - 45, Тернопільській - 33, Хмельницькій - 31, Кіровоградській - 27, Волинській - 26, Київській - 20, ряді інших областей. 476 підприємств мають урожайність від 101,1 до 150,0 ц/га, вал складає 490 тис. тонн (3,3 відсотка до загального виробництва). Таких підприємств найбільше у Вінницькій, Тернопільській, Харківській, Волинській, Хмельницькій областях. Ще у 466 бурякосійних господарствах

одержали 150,1 - 200,0 ц/га і виробили 1,01 млн. тонн солодких коренів (6,9 відсотка до загального валу). Така ж кількість підприємств має урожайність 200,1-250,0 ц/га і валове виробництво близько 1,3 млн. тонн (8,8 відсотка до загального валу).

Тобто, як бачимо, 1894 зазначених вище підприємств на площі 179 тис. га виробили близько 3 млн. тонн цукрових буряків, звичайно, - з високою собівартістю і мінусовою рентабельністю.

Такі господарства повинні перепрофілювати своє виробництво на вирощування інших сільськогосподарських культур з прибутковою рентабельністю.

Лише 1401 бурякосійне господарство з урожайністю 250,1-400 ц/га (250,1-300 ц/га - 388 підприємств, 300,1- 400 ц/га - 530, понад 400 ц/га -483 підприємства) на площі 301 тис. гектарів виростили майже 12 млн. тонн коренеплодів. Власне, 42,5 відсотками господарств забезпечено вирощування 81 відсотку цукрових буряків.

Отже, для забезпечення цукром потреб внутрішнього споживання та часткового експорту площа посівів цукрових буряків при урожайності 500 ц/га повинна становити 350-370 тис. гектарів. Сьогодні ми констатуємо факт недостатніх обсягів вирощування цукрових буряків для виробництва цукру квоти «А». Між тим, розрахунки показують: при урожайності 500 і більше центнерів з гектара, Вінницька, Волинська, Київська, Кіровоградська, Львівська, Полтавська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька та Черкаська області на площах під цукрові буряки 2009 року могли виробити 20 млн. тонн цукрових коренів, щоб забезпечити не тільки внутрішній ринок цукру, а й створити передумови для просування конкурентоспроможної продукції на зовнішні ринки. За розрахунками Інституту цукрових буряків середня вартість виробництва цукрових буряків при урожайності 350 центнерів з гектара очікується 230 -235 грн./тонну при рівні рентабельності 10 відсотків. При підвищенні вартості енергоносіїв та відповідно мінеральних добрив вартість виробництва цукрових буряків може скласти 250 гривень за тонну.

Станом на 15.08.2009 року площа посіву цукрових буряків складала 389,8 тис. га, або на 32,4 відсотка менше ніж у 2008 році. З них сільгосптоваровиробники засіяли 325 тис. га, (у 2008 році 518,8 тис. га), населення 64,8 тис. га (торік 116 тис. га). Незважаючи на значне зменшення площ посіву цукрових буряків їх урожайність із року в рік зростає. Якщо у 2000 році середня урожайність складала 177 ц/га, то у 2008 році вона вже становила - 294 ц/га, а в 2008 - 334,8 центнерів з гектара. Таким чином, в Україні спостерігається тенденція, притаманна країнам з високо розвинутим сільським господарством, де нарощування обсягів виробництва продукції досягається за рахунок інтенсивного використання земельних ресурсів. Разом з тим в Одеській області урожайність цукрових буряків прогнозується на рівні 1831 ц/га, Запорізькій - 200 ц/га, Донецькій-219,2 ц/га, Луганській - 227, 5 ц/га, Дніпропетровській - 229,4 ц/га. Безумовно, при такій врожайності виробництво цукрових буряків буде збитковим. В наступному році сільськогосподарські виробники цих регіонів, мабуть, добре подумають вирощувати їм цукровий буряк чи ні.

Одна з важливих умов підвищення трансфоспроможності бурякоцукрової галузі - зниження собівартості цукрових буряків. З метою підвищення продуктивності праці і скорочення матеріально-технічних засобів слід використовувати найбільш прогресивні способи збирання і вивезення коренеплодів на завод. Це - потоковий спосіб збирання і вивезення коренеплодів на завод автопоїздами і так званим човниковим способом, при яких продуктивність підвищується в 1,5-1,8 рази. Згідно розрахунків за технологічною картою, собівартість цукрових буряків становить 157,7 грн./т при урожайності 50 т/га, 166,2 грн./т при урожайності 40 т/га і 220,7 грн./т при урожайності 30 т/га.

Останнє десятиліття в Україні характеризується значними деструктивними змінами в агропромисловому комплексі, що негативно позначилося не лише на роботі машинобудівного підприємства, а й на економіці й організації бурякоцукрового виробництва загалом. Реформування

агроформувань, порушення економічних взаємовідносин між бурякосійними господарствами, промисловими підприємствами, з виготовленням сільськогосподарської техніки, велика деформація цін, усіх вартісних показників, перехід до нових господарських структур, надання їм повної самостійності у виборі основних напрямів господарювання, деспеціалізація й переспеціалізація господарств, дезінтеграція, дезінтенсифікація та деспеціалізація в сільськогосподарському виробництві зумовили значні структурні зміни в агропромисловому виробництві. Згадані чинники безперечно вплинули на попит на бурякозбиральну техніку. Найсуттєвіші з них відбулися в землеробстві.

Основна причина скорочення виробництва цукрових буряків — зменшення виробництва промислових засобів виробництва, які використовуються в сільському господарстві (сільськогосподарські машини і обладнання) і предметів праці (мінеральних добрив, хімічних меліорантів, пального, мастильних та інших матеріалів), погіршення системи матеріально-технічного забезпечення господарств, руйнація агрохімічної служби і відсутність служби агротехнічного обслуговування господарств.

В залежності від використовуваної технології вирощування буряків – традиційної або інтенсивної, результатом якої є підвищення врожайності коренеплодів, в першому випадку вона складає 200-400 ц/га, в другому – 450-600 ц/га – необхідно застосовувати відповідне технічне оснащення та дотримуватися технології в цілому.

Для традиційної технології використовуються переважно технічні засоби вітчизняного виробництва, які є дешевшими, доступними більшій кількості господарств, але поступаються в якості. Інтенсивна технологія передбачає широке використання якісної високопродуктивної техніки на всіх стадіях виробництва від обробітку ґрунту, посіву, обробітку і до збору врожаю та зберігання.

Протягом останніх років кількість агрегатів, які використовуються при вирощуванні буряків суттєво зменшилася. У 2006 в порівнянні з 2002 роком

кількість сівалок, строк служби яких становив менше 8 років – строку повної амортизації, зростає на 428 одиниць або на 31,8%. Для забезпечення потреб у сівалках для посіву в оптимальні терміни на площі 400 тис. га необхідно мати парк у 2700 агрегатів, а кількість сівалок термін амортизації яких ще не вичерпано, складає у 2006 році 1700 одиниць. Відчувається брак культиваторів для обробітки міжрядь, а також агрегатів для підживлення посівів. Кількість бурякозбиральних машин зменшилася на 1604 одиниці (-57,9%), для своєчасного збору врожаю з 400 тис. гектарів необхідно мати 2700 спеціалізованих комбайнів. Буряконавантажувачів за цей період стало менше на 384 одиниць (-77,5%), в 2006 році їх було в наявності 110 при потребі в 450 одиниць. Отже за всіма видами техніки відчувається її дефіцит для ефективного вирощування буряків та дотримання високопродуктивної технології. Останнім часом починає збільшуватися частка техніки іноземного виробництва у господарств, які використовують інтенсивне виробництво.

Тернопільський комбайновий завод спеціалізувався раніше на виробництві самохідних безбункерних комбайнів. Дніпропетровський комбайновий завод виробляв коренезбиральні комбайни та навантажувачі. «Уманьфермаш» та «Борекс» виготовляли причіпні машини та гичкорізальні агрегати. Ці машини значно відставали за технологією від закордонних, адже основні європейські виробники вже давно застосовують однофазне збирання. Та головна причина — низька продуктивність вітчизняної техніки. Наші заводи спробували змінити становище за рахунок залучення інвестицій та нових технологій.

Тернопільський комбайновий завод у 2006 році репрезентував на виставці Агро–2006 першу українську самохідну бункерну машину для однофазного збирання буряків. Було виготовлено лише кілька експериментальних моделей, адже пропозиція нового комбайна запізнилася щонайменше на 5 років. Наразі великі аграрні корпорації вирощують буряки на величезних площах, тому їм потрібні найпродуктивніші машини.

2008 року виробництво практично всіх видів машин було зупинено.

Серійних партій техніки не виробляє жоден вітчизняний завод. Основними споживачами української техніки в останні роки були дрібні виробники. Наразі Тернопільський і Дніпропетровський заводи переважно виготовляють лише запчастини до своїх машин.

Попит буряківників задовольняють імпортними машинами. Переважну більшість поставляють із країн ЄС. На внутрішньому ринку достатньо машин для забезпечення збирання врожаю 2009 року. Наші аграрники традиційно надають перевагу європейським виробникам, до того ж технології вирощування буряків у ЄС повністю збігаються з тими, що використовували в СРСР. Американські фермери вирощують солодкий корінь дещо інакше. Вся американська техніка призначена для двофазного збирання, тобто є причіпною. У ЄС переважають самохідні комбайни для однофазного збирання.

Серед європейських виробників найпопулярнішими в Україні є німецькі компанії Holmer, Rora і Kleine, французькі — Moreau і Matrot, а також голландська Vervaet.

Holmer виробляє високопродуктивні самохідні коренезбиральні комбайни та самохідні навантажувачі буряків. Комбайни Holmer — найбільші двовісні бурякозбиральні комбайни. Прямим її конкурентом є Rora, що виготовляє потужніші три- та чотиривісні машини. Модель Rora Euro-Tiger є одним з найпродуктивніших комбайнів у світі. Крім того, Rora є найбільшим виробником і постачальником буряконавантажувачів-очищувачів моделі Euro-Maus.

Завод Franz Kleine постачає бурякозбиральні комбайни середньої продуктивності. Він першим запропонував беззупинне збирання, почавши виготовляти причіпні самовивантажувальні бункери. Він також виробляє буряконавантажувачі-очищувачі Maus.

Grimme почала випускати самохідні бурякозбиральні комбайни та причіпні моделі для двофазного збирання. Самохідна машина використовує активні дискові копачі з гідравлічним приводом і має гусеничний хід.

Комбайн позиціонують як машину для ощадливого та високоефективного збирання цукрових буряків.

Moreau і Matrot мають продуктивність нижче за середню. Комбайни мають дискові та лемішні копачі. Більшість комбайнів Vervaet в Україні — відновлені машини середньої продуктивності. Завдяки оригінальній конструкції ці комбайни легші, мають більшу прохідність і потребують менше палива. Топова модель Vervaet — найпродуктивніша 6-рядна або 9-рядна бурякозбиральна машина.

Американські фермери використовують іншу техніку, коренеплоди збирають лише причіпними знаряддями. Недоліками причіпних машин є низька продуктивність через відсутність великих бункерів-накопичувачів, а також гірше очищення зібраних коренів. Низька ціна й простота експлуатації американських машин є основними причинами їх активного поширення в Україні.

Великі господарства мають кращі економічні можливості для розвитку буряківництва, тому що в них збереглася хоч і застаріла, але ще придатна для використання техніка, вони зберегли ще давні нарізані сівозміни, мають кращі можливості застосування мінеральних та органічних добрив і нових прогресивних технологій. Але із зміцненням економіки особистих підсобних і фермерських господарств буряківництво в них займає все більші площі, а їх валовий збір постійно зростає.

Скорочення виробництва сільськогосподарських машин і обладнання, їх поставок господарствам призвело до зменшення можливостей індустріалізації сільськогосподарського виробництва, у тому числі й можливостей комплексної механізації виробничих процесів.

Подальший розвиток бурякоцукрового виробництва в Україні можливий на основі підвищення трансфоспроможності та адаптивності підприємств з виробництва сільськогосподарської техніки та розробки нового покоління комплексу машин для забезпечення повної механізації всіх виробничих процесів і переведення буряковиробництва на індустріальну

основу. Тому підприємства сільськогосподарського машинобудування повинні збільшити виробництво машин і обладнання, переорієнтувати своє виробництво для повного набору машин для комплексної механізації.

Подальший розвиток бурякоцукрового виробництва в Україні може відбуватися на основі удосконалення його територіальної організації, розробки і впорядкування територій, чергування сівозмін і розміщення цукрових буряків на найкращих попередниках. Проте найважливішим чинником збільшення цукрових буряків є їх раціональне розміщення у природно-економічних зонах і підзонах, спеціалізація на їх виробництві. Необхідно підкреслити, що Україна має доволі сприятливі природно-економічні умови для бурякосіяння. Розвинута цукрова промисловість, густа мережа залізничних і шосейних доріг, достатня кількість працездатного населення, необхідна кількість опадів і світла, висока водозабезпеченість територій створюють сприятливі умови для розвитку бурякосіяння і стабільного нарощування виробництва цукросировини. Та найбільше значення для забезпечення її виробництва має наявність придатних для цього земель і їх розміщення на території держави в межах окремих природно-економічних зон і районів.

Оцінка ресурсних можливостей свідчить, що Україна може значно збільшити розміри посівної площі, бо тут наявна велика кількість особливо цінних і придатних для бурякосіяння земель, на яких можна значно збільшити посіви цукрових буряків і тим самим підвищити попит на бурякозбиральну техніку.

На піку розвитку галузі в Україні працювало 192 цукрових та 5 рафінадних заводи. Із втратою ринків збуту та погіршенням економічних умов в галузі, значна частина виробничих потужностей перестала працювати, деякі заводи було демонтовано. Цей процес відбувався поступово – кожного року припиняло свою діяльність біля 10 заводів. Так, наприклад у 2000 р. роботу у новому сезоні цукроваріння розпочали 166 підприємств, у 2001 – 140, у 2002 – 128 заводів, в 2003 – 121, у 2004 – 120, в 2005 – 116 підприємств,

а у 2006 – 112. Ситуація в поточному сезоні може бути ще більш скрутною, через невеликий очікуваний врожай буряків. Станом на 2006 рік 27 підприємств галузі було законсервовано, при наявності сировини та залученні обігових коштів, їх роботу можна відновити.

Виробничі потужності 192 заводів були розраховані на переробку 510 тис. тонн цукрових буряків на добу, зараз сумарна добова потужність заводів які функціонують складає близько 300-320 тис. тонн.

В Україні працюють заводи різної потужності, зокрема 9 з них здатні переробляти понад 6,0 тис. тонн сировини на добу, 38 заводів потужністю 3,0-6,0 тис. тонн буряків, 60 – з виробничими можливостями 1,5-3,0 тис. тонн, решта переробляє менше 1,5 тис. тонн.

Вітчизняне виробництво цукру залишається найбільш енергоємним в порівнянні з виробництвом інших харчових продуктів. Значну частку в енергоспоживанні займають витрати на природній газ. Частка палива у собівартості 1 тонни цукру доходить до 10-12%, що у 2,0-2,5 рази перевищує рівень енергоспоживання у європейських країнах.

Поступово переоснащення виробництва новим енергозберігаючим обладнанням відбувається у виробників цукру, які мають найкращі економічні показники діяльності.

Для розвитку буряківництва в Україні, підняття трансфоспроможності підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки важливим є співробітництво із зарубіжними бурякосійними країнами, тобто залучення іноземних інвестицій для створення спільних підприємств. При цьому з'являються можливості для застосування ефективної технології або окремих її елементів, що дає можливість значно підвищити урожайність та економічну ефективність їх вирощування.

Система заходів щодо відродження цукробурякового виробництва в Україні має передбачати розробку і впровадження дієвого економічного механізму, впровадження протекціонізму у збуті та споживанні цукру, просуванні його на зовнішні ринки. Разом з тим необхідно максимально

здіяяти усі механізми мотивації розвитку не лише бурякоцукрового виробництва, а й машинобудівну галузь.

Удосконалювати інвестиційну, фінансово-кредитну, цінову, рентну, податкову, страхову та митну політику, а також взаємовідносини між бурякосійними машинобудівними підприємствами, насінневими, між цукровими заводами, постачальницько-збутовими та іншими організаціями.

Незважаючи на труднощі й проблеми бурякоцукровий комплекс України має перспективи розвитку за умови оптимізації площ посіву цукрових буряків, кількості працюючих цукрових заводів, а також підвищення трансфоспроможності сільськогосподарського машинобудування за рахунок випуску високоякісної конкурентоспроможної техніки і надання державної підтримки галузі.

3.2. Організація спільного використання засобів та лізингу бурякозбиральної техніки як форма мотивації збуту кінцевої продукції підприємств машинобудування

Комерція підпорядковує і скеровує виробника виробляти тільки те, що можна продати, не забуваючи про постійно зростаючі потреби і вимоги потенційних покупців на ринку. Зазначена теза не завжди знаходить підтвердження в умовах комплексності та внутрішньогалузевих зв'язків. Саме тому маркетингова стратегія підприємств машинобудівної галузі розроблюється на основі сформульованих цілей діяльності й уточнюється чи переглядається на базі здійсненого комплексного дослідження проблем розвитку бурякоцукрового підкомплексу. Значним фактором підвищення ефективності діяльності машинобудівного підприємства щодо активізації маркетингової діяльності є визначення напрямів активізації діяльності підприємства; визначення змісту заходів щодо активізації діяльності підприємства; визначення ролі кожного підрозділу підприємства в

досягненні поставленої мети; контроль за виконанням заходів щодо активізації діяльності підприємства; аналіз отриманих результатів активізації діяльності, формування комплексної маркетингової стратегії. Основним етапом упровадження маркетингових принципів у просуванні продукції (сільськогосподарської техніки) на ринку є контроль ефективності. Контроль — це процес, що наочно демонструє етапи забезпечення досягнення підприємством своєї мети. Попередній контроль застосовується до трудових, матеріальних і фінансових ресурсів. Поточний контроль відстежує фактичні результати діяльності підприємства і здійснюється безпосередньо в ході проведення робіт. Завершальний контроль здійснюється після реалізації комплексу заходів, передбачених маркетинговою стратегією, і дає інформацію для планування аналогічних робіт [38; 113].

Системи інформації, у першу чергу, могли би забезпечувати інформацією підприємства в таких напрямках:

- надання матеріалів щодо створених технологій;
- надання інформації про наявність нових технологічних винаходів;
- надання інформації про можливість передачі наукових розробок між підприємствами;
- надання інформації про подання інформації щодо отримання замовлень на ту чи іншу продукцію та укладання контрактів;
- надання інформації про загальний стан цін у регіоні, країні на той чи інший вид продукції;
- надання інформації про стан інноваційних процесів та впровадження нових технологій.

Для того щоб система управління могла адаптуватися до запитів споживачів, нововведень, кон'юнктури ринку, необхідно створення системи отримання і обробки інформації. Своєчасне отримання та використання інформації, яка необхідна для прийняття управлінських рішень, є однією з головних умов у розвитку підприємства. Умовно інформацію можна

поділити на два рівні: внутрішній — інформація про наявність не використовуваних ресурсів, і зовнішній — інформація щодо попиту на всі альтернативи використання невикористовуваних ресурсів.

Основними методами конкурентної боротьби та підвищення трансфоспроможності підприємств є поліпшення якості, дизайну товарів і послуг, швидке оновлення асортименту продукції, надання гарантій і післяпродажних послуг, тимчасове зниження цін, умов оплати, упровадження заходів інноваційної політики, ефективне рекламування продукції тощо. Поряд із цим використовуються «мирні» методи обмеження конкуренції: таємні угоди про єдину політику цін і поділ ринків збуту, реалізацію великих науково-технічних проектів, обмін інформацією з різних питань наукової, технічної, ринкової стратегії. Серед неекономічних методів конкурентної боротьби — фінансові махінації та спекуляції цінними паперами, промислове шпигунство, підкуп чиновників державного апарату з метою отримання урядових контрактів, субсидій тощо.

Особливістю сучасної конкуренції є те, що вона ведеться не без допомоги держави (на міжнародному рівні) і регулюється механізмом антимонопольного законодавства [29;49].

Отже, конкуренція є найефективнішим засобом не лише координації взаємних дій суб'єктів ринку без централізованого втручання в їх діяльність, а й підвищенням трансфоспроможності підприємств.

Конкуренція в контексті економічних трансформацій породжує конкурентне середовище. Конкурентне середовище представлене значною кількістю самостійних (незалежних) організацій, які прагнуть зміцнити своє економічне становище, залучаючи покупців завдяки пропозиції кращих умов продажу порівняно з конкурентами.

Якщо розглядати конкурентоспроможність як здатність об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку, то вона визначає здатність витримувати конкуренцію з

аналогічними об'єктами [82;87].

Трансфоспроможність підприємства може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів.

Трансфоспроможність підприємства можна виявити тільки серед групи організацій, які належать до однієї галузі або випускають товари-субститути, тобто конкурентоспроможність є поняттям відносним. Одну й ту ж організацію в межах регіональної стратегічної групи можна визнати конкурентоспроможною, а на світовому ринку або його сегменті — ні. Оцінюють конкурентоспроможність організації загалом за умови єдиної стратегічної зони господарювання або кожної зі створених у структурі диверсифікованої організації стратегічної одиниці бізнесу, які діють у конкретній стратегічній зоні господарювання.

Трансфоспроможність підприємства нерозривно пов'язана з впровадженням змін, тобто з процесом реструктуризації. Але здійснення таких змін також має певні особливості. Одноразові, надзвичайні заходи можуть на короткий час поліпшити конкурентоспроможність підприємства, але по-справжньому успішна реструктуризація є тривалим процесом.

Ступеневі зміни проілюстровано на рис. 3.1. Вертикальна вісь відображає конкурентоспроможність. Що вище ця лінія, то вища трансфоспроможність підприємства. Горизонтальна вісь — це час. Заштрихована зона позначає зону конкуренції, поза якою підприємство неконкурентоспроможне. Межа цієї зони йде вгору, що означає: якщо навіть підприємство є конкурентоспроможним зараз, то необхідно продовжувати вдосконалюватись, аби залишитись конкурентоспроможним у майбутньому. Конкуренти постійно поліпшують свої показники, і метою будь-якого підприємства є забезпечення вищих, ніж у конкурентів, темпів покращення на своєму підприємстві.

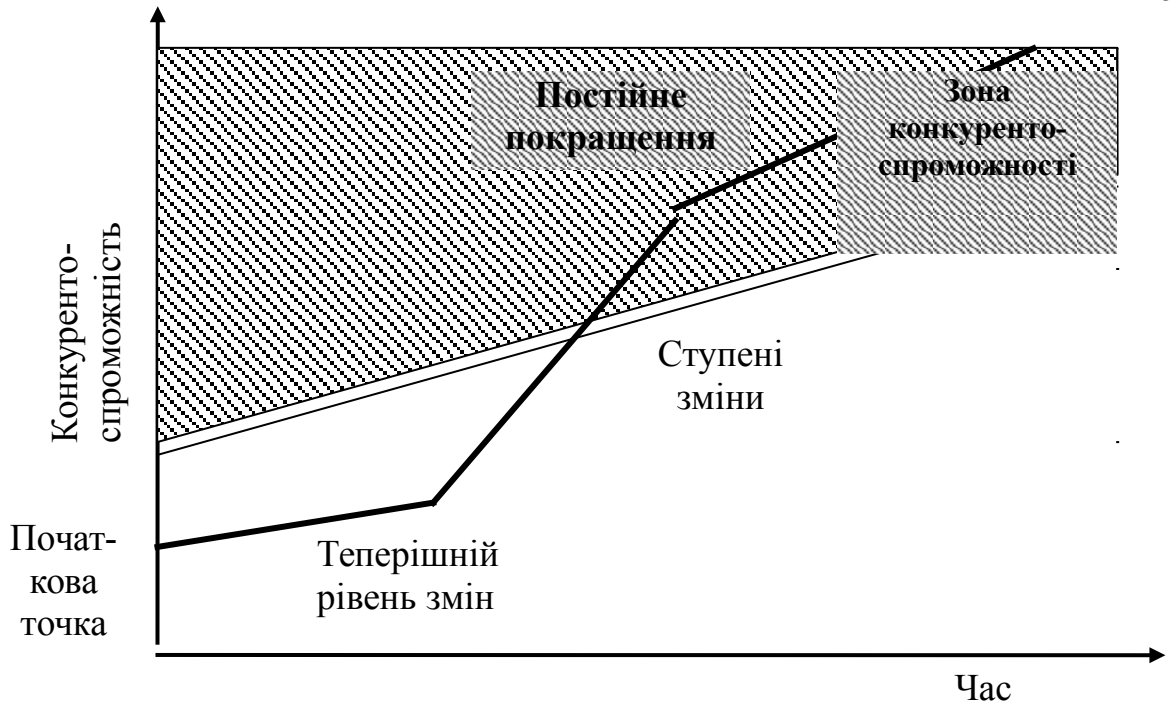


Рис. 3.1. Стрибкоподібність зростання трансфоспроможності підприємства

Більшість українських підприємств перебуває нижче зони конкурентоспроможності. І хоча відбуваються позитивні зміни, їх нинішні темпи не дають змоги увійти до цієї зони.

Необхідно запроваджувати ступеневі зміни, завдяки яким можна дістатися зони конкурентоспроможності і лишатися там, проводячи прискорене вдосконалення діяльності. За мету слід ставити спочатку виконання ступеневих змін задля набуття трансфоспроможності, а потім перехід до активних, швидких заходів щодо поліпшення діяльності.

Для забезпечення трансфоспроможності підприємства використовують переважно системний підхід до управління. Нині відсутня загальноприйнята методика визначення та оцінки конкурентоспроможності організації.

У світі практикують кілька підходів до оцінки трансфоспроможності підприємства, основними з яких є:

- метод, що заснований на теорії ефективної конкуренції;

– підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства, які пов'язують її рівень з показниками якості (конкурентоспроможності) продукції, що випускається;

– методи, засновані на теорії конкурентної переваги;

– метод бенчмаркінгу.

Зазначені методи кардинально відрізняються за своєю сутністю та базою формування показників конкурентоспроможності. Використання їх може бути зручним у різних ситуаціях залежно від специфіки галузі, до якої належить досліджуваний об'єкт.

Як було зазначено вище, територіальна організація виробництва — один з найважливіших чинників високої економічної ефективності функціонування господарського комплексу. Вона охоплює всі аспекти територіального поділу праці й розміщення продуктивних сил, регіональні відмінності у виробничих відносинах, розселення людей, взаємовідносини суспільства і природи, а також проблеми регіональної економічної політики. У конкретнішому розумінні категоріальне поняття «територіальна організація суспільства» включає такі категорії, як адміністративно-територіальний поділ держави, територіальне управління виробництвом, формування територіально-виробничих комплексів, розміщення окремих галузей промисловості й сільського господарства та їх територіальне поєднання. Кожна галузь народного господарства має свої особливості територіальної організації.

Стосовно сільськогосподарського виробництва, його територіальна організація — це процес постійного вдосконалення функціонально-компонентної і територіальної структур, розміщення галузей і культур, організація їх територіального поєднання, формування зон і районів товарного виробництва різних видів сільськогосподарської продукції, розробка і впровадження зональних систем землеробства і тваринництва та комплекс агрозоотехнічних, комплексно-меліоративних, природоохоронних, середовище-формуєчих, реабілітаційних, землевпорядних та організаційно-

господарських заходів, спрямованих на підвищення продуктивності та економічної ефективності використання аграрно-ресурсного потенціалу, екологічної стійкості сільськогосподарського виробництва і стабільне нарощування його продукції.

Територіальна організація пов'язана з територією, яка характеризується своїми фізико-географічними особливостями. Геологічна будова земель, її поверхня, експозиція схилів, мозаїчність ґрунтового покриву, гідрографічна мережа, кількість опадів, водозабезпеченість території, вологість повітря і ґрунту, рослинний і тваринний світ, будучи підпорядковані законам природи і географічної зональності, найбільше впливають на територіальну організацію сільського господарства. Ось чому в умовах переходу до ринкової економіки господарства, що розміщені на великій території, на яку інтегрально впливають різні чинники природного середовища і зумовлюють зональність природних умов, повинні максимально використовувати їх для виробництва тих видів продукції, які обходяться їм найдешевше. Розміщення галузей і культур у максимально сприятливих для них умовах дозволяє без додаткових затрат на перетворення природи одержувати значну кількість продукції.

Територіальна екранізація бурякоцукрового виробництва означає оптимальне розміщення вирощування цукрових буряків у межах природно-економічних зон, областей і районів України, комплекс агротехнічних заходів, спрямованих на одержання високих і сталих врожаїв цукросировини, підвищення цукристості, оптимізацію розміщення цукрових заводів і посівних площ цукрових буряків, раціональну організацію сировинних зон, удосконалення економічних взаємовідносин між бурякосійними господарствами, підприємствами з виготовлення сільськогосподарської техніки, цукровими заводами і допоміжними підприємствами. Найважливіше значення для отримання високих і сталих врожаїв цукрових буряків і максимального виходу цукру з гектара їх посіву має оптимальне розміщення їх посівів. Адже відомо, що зональне

розміщення ґрунтового покриву, розподілу сонячної енергії, тепла і світла визначають інтенсивність фотосинтезу сільськогосподарських культур, а, відповідно, їх продуктивність і врожайність. Біологічний потенціал рослин досягає найвищих показників у максимально сприятливих для цього умовах. Тому розміщення цукрових буряків з урахуванням поверхні землі, експозиції схилів, мозаїчності ґрунтового покриву, кількості сонячного тепла та світла, атмосферних опадів, волого- і водозабезпеченості території, структури земельних угідь, аграрно-ресурсного потенціалу, фондо- і енергозабезпеченості господарств, наявності трудових ресурсів і професійних навичок дозволяє при оптимальних затратах одержувати високі й сталі врожаї цукросировини.

Однак при визначенні перспективного розвитку підприємств з виготовлення бурякозбиральної техніки залежно від бурякоцукрового виробництва необхідно враховувати економічну ситуацію, що склалася, кризовий стан аграрної економіки, погіршення умов матеріально-технічного забезпечення господарств, скорочення випуску сільськогосподарських машин і обладнання, мінеральних добрив, пестицидів і гербіцидів, паливно-мастильних та інших матеріалів, багаторазове підвищення цін на них, фінансові можливості господарств. Значно погіршилася і економічна ситуація, яка ускладнює подальший розвиток бурякоцукрового виробництва, розширення посівної площі цукрових буряків і підвищення їх врожайності. Виснаження і деградація ґрунтів, розвиток водної і вітрової ерозії, радіоактивне і промислове забруднення території, вихід із експлуатації осушених і зрошувальних земель, погіршення природних умов, водного і повітряного режиму ґрунтів не створюють сприятливих екологічних умов для розвитку бурякосіяння.

Оцінка територіальної організації бурякоцукрового виробництва в умовах переходу до ринкової економіки показала, що буряківництво стало збитковою галуззю, а це зумовило велике скорочення посівної площі, деспеціалізацію і переспеціалізацію господарств. Чимало господарств

Лісостепу і Полісся, які в минулому спеціалізувалися на вирощуванні цукрових буряків, звели їх посівні площі до мінімуму. Реформування господарств, порушення системи їх матеріально-технічного постачання, повний розвал агрохімічної служби, відсутність відповідного агросервісу та інші причини змусили господарства піти на скорочення посівів цукрових буряків у традиційних бурякосійних районах. У той же час багато господарств Степової зони, щоб мати власний цукор, почали вирощувати цукрові буряки в тих умовах, які для них є найменш сприятливими.

У перспективі, коли фінансово-економічні, технологічні й організаційні відносини між бурякосійними господарствами та цукровими заводами нормалізуються, коли промисловість забезпечуватиме сільськогосподарські підприємства і господарства всіма необхідними промисловими засобами виробництва й предметами праці, коли буде налагоджена служба агросервісу і відповідного агрохімічного обслуговування, дійде черга і до вдосконалення територіальної організації буряківництва.

Для підвищення економічної ефективності бурякоцукрового виробництва доцільно впроваджувати нові форми інтеграції в цій галузі. На нашу думку, найбільшої уваги заслуговує така форма інтеграції, як промислово-торгова. Вона охоплює бурякосійні господарства, підприємства з виготовлення бурякозбиральної техніки, цукрові заводи, підприємства торгівлі. Нова форма інтеграції виробників, переробників і торгівлі дає можливість заводам вирішувати проблеми реалізації цукру, створювати додаткові робочі місця.

Створення таких об'єднань прискорить перехід цукробурякового виробництва на промислову основу, підвищить рівень спеціалізації господарств, забезпечить ефективне використання бурякозбиральної техніки у процесі їх переробки. В об'єднанні такого типу досягається не лише технологічна, але й організаційно-господарська єдність галузей, що входять до його складу, а також повніше реалізуються переваги агропромислової

інтеграції.

Технічне забезпечення агровиробників є запорукою їх конкурентоспроможності та складовою адаптивності до впливу зовнішніх факторів. Неплатоспроможність сільськогосподарських виробників призвела до призупинення інвестиційного процесу, погіршення технічної оснащеності та збільшення залежності від іноземних ринків техніки. Одним із можливих напрямків вирішення проблеми технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств є розробка та практичне впровадження різноманітних організаційних форм використання техніки. Певний досвід у даному напрямку напрацьовано розвиненими країнами світу і це неодмінно слід врахувати під час розробки форм і методів використання техніки в сільському господарстві України.

Одним із перспективних способів забезпечення сільськогосподарського виробництва машинами та обладнанням є лізинг. Він є формою довгострокового фінансування й майнового кредиту, окремі його види схожі з продажем майна на виплату та прокатом. Лізингодавець стає посередником між виробником, якому треба одержати повну вартість своєї продукції (машини), і споживачем, який не має на це коштів.

Фінансовий лізинг в агропромисловому комплексі є вигідною формою діяльності для всіх учасників цього виду інвестицій – і селянам, і машинобудівникам. Необтяжливий він і для державного бюджету. В Україні розвиток ринку лізингових послуг було розпочато прийняттям Закону України „Про лізинг” у грудні 1997 року. У 2001 створено Національну акціонерну компанію „Украгролізинг”, яка на сьогоднішній день є однією з найпотужніших компаній України у сфері інвестування коштів а агропромисловий комплекс України.

З моменту започаткування фінансового лізингу до 01.12.2010 року Компанією придбано і передано підприємствам агропромислового комплексу на умовах фінансового лізингу сільськогосподарської техніки та обладнання на суму 2 млрд. 80 млн. гривень. За рахунок цих коштів

аграрному сектору поставлено 21 043 одиниці техніки та обладнання, з яких:

- 6 780 тракторів,
- 867 зернозбиральних комбайнів,
- 10 343 одиниці ґрунтообробної та посівної техніки тощо.

У розвинених країнах лізингові операції здійснюють спеціалізовані лізингові компанії та великі комерційні банки.

Близько 90% компаній-виробників організовують продаж, гарантійне технічне обслуговування машин і постачання запасних частин через мережу незалежних дилерських пунктів. Компанія продає техніку із знижкою 10–30% залежно від попиту на машини. Знижка розрахована на покриття витрат, пов'язаних із транспортуванням придбаної техніки, організацією її продажу, обслуговуванням під час експлуатації, гарантійним ремонтом, а також передбачає можливий прибуток.

З огляду на подорожчання нової техніки дедалі більшого поширення набуває вторинний ринок машин. У сільськогосподарських товаровиробників Великобританії, Франції, Німеччини, США на один придбаний новий трактор припадає три-чотири таких, що були у використанні. Іноземні товаровиробники значну частину сільськогосподарських машин купують на вторинному ринку техніки. Так, наприклад, ринок вживаних комбайнів у США втричі перевищує ринок нових машин. Крім того, вживані машини часто реалізують у вигляді запасних частин.

У країнах Західної Європи приблизно 50% робіт фермерські господарства виконують тракторами, придбаними на вторинному ринку техніки. Основним продавцем такої техніки є дилерські підприємства, які мають можливість провести якісну передпродажну її підготовку, забезпечити належне технічне обслуговування, а в разі потреби – й ремонт.

Високі ціни на техніку і неплатоспроможність сільських товаровиробників практично зупинили роботу машинобудівних підприємств

в Україні. Цьому сприяла також державна політика порушення паритету цін на сільськогосподарську та промислову продукцію. Це призвело до старіння основних фондів, практично зупинило впровадження новітніх технологій у аграрному секторі, особливо у новостворених та невеликих господарствах.

Наукові дослідження та практика свідчать: комплексну механізацію процесів у сільському господарстві доцільно здійснювати з допомогою кооперації товаровиробників у використанні техніки та створення спеціалізованих інженерних структур прокату й оренди сільськогосподарських машин та обладнання.

За сучасних умов, коли гостро відчувається нестача техніки в сільському господарстві, на увагу заслуговують усі позитивні форми її ефективного використання. Доцільно використовувати досвід механізованих загонів і збирально-транспортних комплексів зі збирання зернових, заготівлі кормів, виконання інших енергоємних робіт.

Концентрація збиральної і транспортної техніки в одному підрозділі, чітке її обслуговування та оперативний ремонт сприяють збільшенню річного завантаження техніки, зниженню простоїв, значно підвищують виробіток, поліпшують якість робіт, організацію праці механізаторів. Такий метод уже застосовують у деяких областях України, таким чином вдвічі-втричі підвищуючи ефективність використання сільськогосподарської техніки.

На нашу думку, впровадження в сільськогосподарське виробництво потужних енергонасичених тракторів та високопродуктивних збиральних комбайнів і негайний перехід на прогресивну технологію призупинять тривалий спад в аграрному секторі.

Українські сільськогосподарські виробники закупають зарубіжні зерно-, кормо- і бурякозбиральні машини. За розрахунками Інституту механізації та електрифікації сільського господарства УААН, форма спільного придбання та використання техніки найперспективніша там, де кілька господарств розміщені поблизу і мають приблизно однакові обсяги

робіт, а їхній загальний обсяг робіт – у межах нормативного річного завантаження техніки.

Розмір вкладених коштів у придбання техніки кожним із господарств, які кооперуються, визначають за обсягами робіт у господарстві для цієї техніки або запланованого часу її використання. Черговість і період використання спільно придбаної техніки, а також умови її зберігання й утримання вказують у договорі, який укладають господарства. Зазвичай, техніку зберігають та обслуговують у тому господарстві, в якому вона виконує роботи. За умови тривалого зберігання сільськогосподарська техніка може перебувати в тому господарстві, де для цього найкращі умови.

Іншою організаційною формою спільного використання машин є оренда й прокат. Це форма кооперування, за якої техніка надається в користування іншим господарствам за певну плату. Таку форму, на думку фахівців, можна застосовувати тоді, коли фермер, кооператив, асоціація, агропромислове підприємство чи об'єднання має відповідну ремонтно-обслуговуючу базу для утримання прокатної техніки, але обсяги робіт недостатні (60–80% нормативу) для її повного завантаження. В оренду чи прокат техніку надають відповідно до угоди, в якій зазначено термін її використання, обсяги робіт, тарифи оплати, обов'язки та відповідальність сторін.

На умовах оренди та прокату можуть функціонувати машинні станції, які цілком незалежні. Вони є перспективною формою прокату високопродуктивних і вузькоспеціалізованих сільськогосподарських машин, які призначені для застосування в певний період і не можуть бути ефективно використані в одному чи навіть у кількох господарствах.

Всю роботу зі складання планів-графіків обслуговування, видачі та приймання прокатної (орендної) техніки, її високоефективної експлуатації, зберігання, а також обліку зробленого виконує персонал машинної станції, а всі взаємини між орендодавцем і замовниками регламентують згідно з Положенням про машинну станцію чи пункт прокату, яке розробляють самі

станції або підприємства, при яких вони створені.

Ще одна з форм спільного використання техніки – тимчасові міжгосподарські формування. Їх варто створювати тоді, коли слід сконцентрувати техніку для забезпечення поточності й безперервності виробничого процесу та додержання всіх вимог агротехніки. Такі тимчасові формування можна організовувати на базі кооперації кількох господарств, включаючи до них машини разом з операторами із тих господарств, де передбачається виконувати роботу.

Актуальною стає проблема ефективного використання високопродуктивної дорогої та вузькоспеціалізованої техніки. Фахівці переконалися, що використання імпоротної техніки дає найбільшу віддачу тоді, коли застосовують повний набір машин для всього технологічного циклу. Провели детальні розрахунки та виробили модель нової виробничої структури, яка отримала назву машинно-технологічна станція (МТС). Одна така станція має обробляти 15–20 тис. га землі. Хоча в Україні є чимало противників закупівлі дорогої імпоротної техніки, але спеціалісти сільського господарства вже зрозуміли, що швидко освоїти випуск досконалих вітчизняних машин в умовах фінансової кризи — нереально. До цього можна додати, що з новими машинами приходить і нова технологія, яка гарантує підвищення врожаю.

Створення машинно-технологічних станцій набуває різних організаційних форм: 1 - МТС у межах окремого сільськогосподарського підприємства; 2 - формування МТС на базі організацій несільськогосподарського призначення; 3 - МТС по вирощуванню та переробці цукрових буряків при цукрових заводах; 4 - МТС, членами яких є колективні сільськогосподарські підприємства і спеціалізовані аграрно-технічні сервісні центри.

Основними перевагами створення МТС є: поповнення та оновлення МТП галузі; підвищення рівня використання техніки вдвічі-втричі під час організації широкомасштабного маневрування й рейдування механізованих

загонів, створюваних регіональними МТС; скорочення втрат сільськогосподарської продукції на 15–30% завдяки високій якості збирання врожаю новітньою технікою; зменшення потреб у техніці завдяки високій продуктивності сучасних машин, які вдвічі-втричі перевищують виробіток застарілих технічних засобів, що є в наявності у селянських і фермерських господарствах.

Економічна доцільність використання техніки в умовах машинно-технологічних станцій зумовлена такими чинниками:

- обсяги робіт в окремих господарствах недостатні для ефективного її використання;
- технологія виконання сільськогосподарських робіт потребує концентрації техніки в такій кількості, яку одному господарству утримувати не вигідно;
- дефіцит або висока вартість техніки не дає можливості кожному господарству її придбати.

Досвід, набутий МТС, доводить, що ефективність їхньої роботи значно вища за ту, яку здатні самотужки забезпечити окремі господарства. Передусім, це невелика вартість послуг за високої якості роботи. Концерн укладає угоди, згідно з якими одержує в рахунок оплати 18–20% загального обсягу зібраного врожаю. Вигідність для сільгосп підприємств є очевидною і безсумнівною. Господарствам не треба думати про забезпечення техніки паливом, оливами, запасними частинами тощо. МТС має спеціальний технічний відділ, який постачає запчастини. Його спеціалісти реагують на виклик майже миттєво.

Загони МТС — це мобільні центри, де можна сконцентрувати технічні засоби та забезпечити належний сервіс. МТС, які були в середині минулого століття в колишньому СРСР, свою історичну місію як центри інтенсивного використання техніки на певному етапі розвитку сільського господарства виконали, а в зарубіжних країнах кооперовані форми експлуатації техніки

використовують постійно. Наприклад у Німеччині, створено понад 10 тисяч приватних міні-МТС, які обробляють 500-1000 га, а іноді й понад 1000 га посівів за контрактами з фермерами чи кооперативами. Зарубіжний досвід варто перейняти й Україні.

Таким чином, сучасний стан сільськогосподарського машинобудування свідчить про поступову втрату ринкових позицій, розвал та банкрутство багатьох підприємств, моральне і фізичне старіння техніки, технологій та устаткування. Тому аграрні підприємства в умовах обмеженості власних фінансових ресурсів повинні здійснювати пошук нових форм використання необхідної техніки та обладнання. Перспективою подальших досліджень у даному напрямку є розробка, впровадження та практична підтримка сучасних, адаптованих до умов ринку, організаційних форм використання сільськогосподарської техніки в Україні.

3.3. Алгоритм забезпечення трансфоспроможності машинобудівних підприємств у контексті розвитку бурякоцукрового підкомплексу

Найбільш трансфоспроможними є підприємства, у яких найкращим чином організована робота всіх підрозділів і служб. На ефективність діяльності служб впливає чимало чинників — ресурсів агропромислового комплексу. Оцінка ефективності роботи кожного підрозділу передбачає оцінку ефективності використання цих ресурсів (рис. 3.2.).



Рис. 3.2. Алгоритм формування організаційно-економічного механізму трансформування виробництва в умовах машинобудівних підприємств згідно з вимогами європейського регіону

В основі методу лежить оцінка чотирьох групових показників або критеріїв трансфоспроможності (табл. 3.2.).

У першу групу об'єднані показники, які характеризують ефективність управління виробничим процесом: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організація праці на виробництві.

У другу групу об'єднані показники, що відображають ефективність управління обіговими засобами: незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, здатність підприємства розплачуватися за своїми боргами, можливість стабільного розвитку організації в майбутньому.

До третьої групи належать показники, котрі дозволяють отримати уявлення про ефективність управління збутом та просуванням товару на ринку за допомогою реклами та стимулювання.

До четвертої групи входять показники конкурентоспроможності товару.

Таблиця 3.2

Критерії та показники трансфоспроможності підприємства

Критерії та показники трансфоспроможності	Роль показника в оцінці	Правило розрахунку показника
1	2	3
<i>1. Показник ефективності виробничої діяльності підприємства (ЕП)</i>		
1.1. Відносний показник витрат на одиницю продукції (В)	Відображає ефективність витрат під час випуску продукції	$V = \text{Валові витрати} / \text{Обсяг випуску продукції}$
1.2. Відносний показник фондівіддачі (Ф)	Характеризує ефективність використання основних виробничих фондів	$\Phi = \text{Обсяг випуску продукції} / \text{Середньорічна вартість основних виробничих фондів}$
1.3. Відносний показник рентабельності товару (РТ)	Характеризує ступінь прибутковості товару	$RT = \text{Прибуток від реалізації} \times 100\% / \text{Повна собівартість продукції}$
1.4. Відносний показник продуктивності праці (ПП)	Відображає ступінь організації виробництва та використання робочої	$PP = \text{Обсяг випуску продукції} / \text{Середньоспискова}$

	сили	чисельність робітників
продовження таблиці 3.2		
<i>2. Фінансове положення підприємства (ФП)</i>		
1	2	3
2.1. Коефіцієнт автономії (КА)	Характеризує незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування	КА = Власні засоби підприємства / Загальна сума джерел фінансування
2.2. Коефіцієнт платоспроможності (КП)	Відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання та визначає ймовірність банкрутства	КП = Власний капітал / Загальні зобов'язання
2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (КЛ)	Показує якісний склад засобів, які є джерелами покриття поточних зобов'язань	КЛ = Грошові засоби та швидкореалізовані цінні папери / Короткострокові зобов'язання
2.4. Коефіцієнт обіговості обігових засобів (КО)	Аналізує ефективність використання обігових засобів. Дорівнює часу, протягом якого обігові засоби проходять усі стадії виробництва та обігу	КО = Виручка від реалізації / Середньорічний залишок обігових засобів
<i>3. Ефективність організації збуту та просування товару (ЕЗ)</i>		
3.1. Рентабельність продаж (РП)	Характеризує ступінь прибутковості роботи підприємства на ринку, правильність ціни	РП = Прибуток від реалізації × 100% / Обсяг продаж
3.2. Коефіцієнт затовареності готовою продукцією (КЗ)	Відображає ступінь затовареності готовою продукцією. Зростання показника свідчить про падіння попиту	КЗ = Обсяг нереалізованої продукції / Обсяг продаж
3.3. Коефіцієнт загрузки виробничих потужностей (КМ)	Показує ділову активність підприємства, ефективність роботи служби збуту	КМ = Обсяг випуску продукції / Виробнича потужність
3.4. Коефіцієнт ефективності реклами та засобів стимулювання збуту (КР)	Показує економічну ефективність реклами та засобів стимулювання збуту	КР = Витрати на рекламу та стимулювання збуту / Приріст прибутку від реалізації

4. Конкурентоспроможність товару (КТ)		
4.1. Якість товару	Характеризує здатність товару задовольняти потребу відповідно до його призначення	Комплексний метод оцінки

У зв'язку з тим, що кожний з вищевказаних показників має різну ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності організації (ККО), експертним шляхом були розраховані коефіцієнти вагомості кожного критерію та показника.

Параметри трансфоспроможності — це найчастіше кількісні характеристики властивостей товару, які враховують галузеві особливості оцінки його конкурентоспроможності.

Розрізняють окремі групи параметрів конкурентоспроможності: технічні, економічні, нормативні (рис. 3.3).

Технічні параметри є характеристикою технічних і фізичних властивостей товару (продукції чи сільськогосподарської техніки), що визначають особливості галузі та способи його використання, а також функції, які виконує товар у процесі використання.

Технічні параметри поділяються на параметри призначення, ергономічні та естетичні параметри.

Параметри призначення характеризують області використання продукції та функції, які вона покликана виконувати. За ними можна судити про корисний ефект, що досягається за допомогою використання даної продукції в конкретних умовах споживання.

Параметри призначення можна розділити на:

- класифікаційні параметри, що характеризують належність продукції до певного класу і використовуються для оцінки лише на етапі вибору області застосування продукції та товарів-конкурентів; вони слугують базою для подальшого аналізу і в подальших розрахунках участі не беруть (наприклад пасажироємність, швидкість обертання);

- параметри технічної ефективності, що характеризують

прогресивність технічних рішень і використовуються під час розробки та виготовлення продукції (продуктивність станка, точність та швидкість роботи вимірювальних приладів);

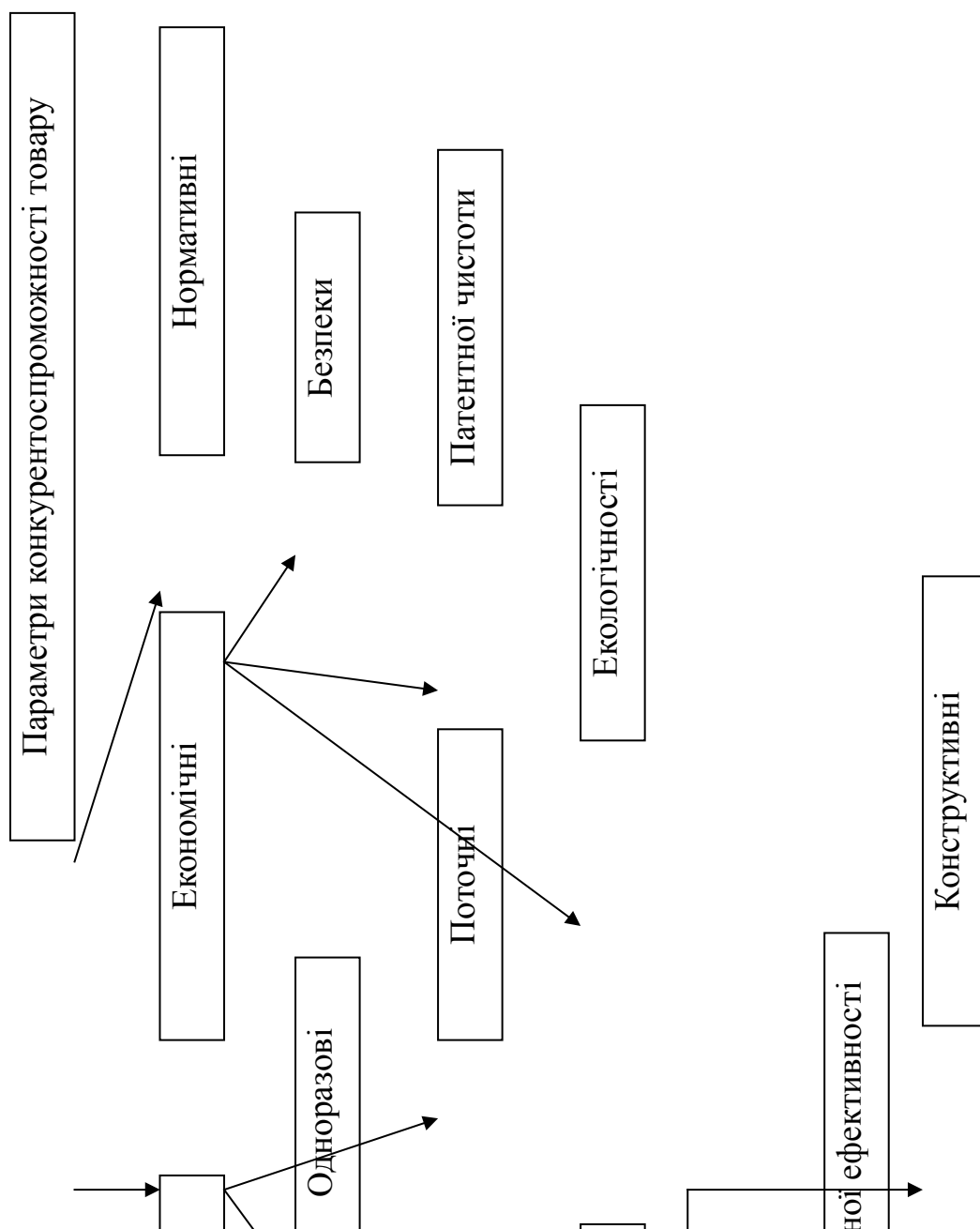


Рис. 3.3. Параметри конкурентоспроможності товару



Естетичні параметри характеризують інформаційну виразність (раціональність форми, цілісність композиції, досконалість виробничого виконання продукції та стабільність товарного вигляду).

Економічні параметри визначають рівень витрат на виробництво та формування кінцевої ціни споживання продукції через сукупність витрат на придбання, обслуговування, споживання, утилізацію товару та інші поточні витрати.

Економічні параметри поділяються на одноразові та поточні.

Одноразові витрати — це витрати на придбання продукції (вартість придбаної продукції), транспортування, трансакційні витрати, митні збори та платежі, витрати на налагоджування, монтаж, пробний запуск, якщо вони не включені в ціну продукції. Поточні витрати включають витрати на оплату праці обслуговуючого персоналу, витрати на паливо, комплектуючі та електроенергію, додаткові витрати, пов'язані з доставкою, навантаженням та розвантаженням пального, витрати на сировину, основні та допоміжні матеріали, що необхідні для використання продукції, витрати на ремонт, запасні частини тощо.

Нормативні параметри визначають відповідність товару встановленим нормам, стандартам і вимогам, що зумовлені законодавством та іншими нормативними документами (параметри патентної чистоти, екологічні параметри, параметри безпеки, за якими для певного ринку встановлені обов'язкові чинні вимоги міжнародних, національних стандартів, технічних

регламентів, норм, законодавства).

Показники трансфоспроможності підприємства — це сукупність системних критеріїв кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності товару, які базуються на параметрах конкурентоспроможності.

Перелік показників трансфоспроможності залежить від об'єкта досліджень, а також від обраної методики визначення трансфоспроможності.

Для оцінки трансфоспроможності підприємства використовуються:

- диференціальний метод;
- комплексний метод;
- змішаний метод.

На сьогоднішньому етапі розвитку ринкових відносин необхідне більш глобальне бачення проблеми конкурентоспроможності організації для адекватного висновку про його рівень.

Одним з узагальнюючих якісних показників виробничого процесу є собівартість продукції, що характеризує успіхи підприємства в досягненні найвищих результатів при мінімальних затратах.

Зниження собівартості продукції має важливе значення в плані розширення виробництва та підвищення його ефективності. Мінімізації затрат можна досягнути шляхом раціонального використання підприємством виробничих ресурсів.

Орієнтація на високі кінцеві результати виробництва при найменших затратах і раціональному використанні виробничих ресурсів має пронизувати всі стадії та рівні планування й управління.

Для реалізації цього завдання необхідно чітко уявляти і використовувати в процесі формування цін аналіз роботи для обґрунтування планових розрахунків усю об'єктивну залежність, що наявна між початковими умовами і результатом функціонування конкретної господарської системи (рис. 3.4.).



Рис. 3.4. Схема забезпечення конкурентоспроможності товару

Усі процеси виробництва є взаємопов'язаними, тому вивчення цих залежностей є важливим джерелом для аналізу виробництва на всіх його стадіях. Причинно-наслідкова залежність є головною формою закономірних

зв'язків, проте власне причина ще не визначає повною мірою наслідок, останній залежить також від умов, у яких діє причина.

Умови і причини за своєю сутністю є факторами. Ознака, що характеризує наслідок, називається результативною.

Одним із напрямів у вирішенні цього завдання є аналіз впливу факторів на собівартість переробки сировини, проведений за допомогою економіко-математичних методів і реалізований за допомогою автоматизованих засобів обробки економічної інформації.

Одним із шляхів зниження собівартості цукрових буряків є застосування енергозберігаючої технології, в основі якої лежить комплексна механізація з елементами автоматизації всіх технологічних процесів за мінімальних витрат праці.

Кризові явища в розвитку бурякоцукрового виробництва в Україні значною мірою були спричинені відсутністю дієвого економічного механізму управління виробництвом, що призвело до зниження ефективності його функціонування.

Висновки до розділу 3

Україна має сприятливі природно-економічні умови для розвитку бурякоцукрового виробництва. Рівнинна поверхня, розорані ґрунти, помірний і теплий клімат, велика кількість сонячного тепла та світла, висока забезпеченість трудовими ресурсами, трудові навички населення, густа мережа шосейних і залізничних доріг, розвинуте сільськогосподарське машинобудування, досвід агрохімічного і агрометеліоративного комплексу, агрохімічна служба сприяли розвиткові в Україні бурякоцукрового підкомплексу.

Деструктивні зміни в господарському комплексі України, що сталися за останні роки, у посттоталітарний період негативно позначилися на розвиткові бурякоцукрового виробництва. Недостатній випуск тракторів, вантажних

автомобілів, сільськогосподарських машин і обладнання, мінеральних добрив, хімічних меліорантів, хімічних засобів захисту рослин від хвороб і шкідників, пального, мастильних та інших матеріалів, непомірне зростання цін на них, руйнація агрохімічної служби, відсутність агросервісного обслуговування господарств змусило господарства скоротити посівні площі цукрових буряків. Україна втратила лідерство у світовому виробництві цукру. Різко впав рівень інтенсифікації галузі. У перспективі буряківництво має розвиватися на основі інтенсифікації цієї галузі, що дозволить збільшити виробництво цукрових буряків.

Разом із збільшенням урожайності цукрових буряків зростуть виробничі затрати, а тому для рентабельного ведення цукробурякового виробництва потрібно встановити оптимальні ціни на сировину.

Таким чином, основні напрями розвитку трансформаційних процесів в умовах машинобудівних підприємств на засадах інноваційно-логістичного ланцюга передбачають впровадження таких заходів:

- диференціацію витрат виробництва та цін на кінцеву продукцію як засіб трансфоспроможності підприємств машинобудівної галузі;

- організацію спільного використання засобів та лізингу бурякозбиральної техніки як форми стимулювання збуту кінцевої продукції підприємств машинобудівної галузі;

- розробки алгоритму забезпечення трансфоспроможності машинобудівних підприємств у контексті розвитку бурякоцукрового підкомплексу.

Основні результати розділу опубліковані в наукових працях автора [46;48].

ВИСНОВКИ

Отже, підсумком дисертаційної роботи є теоретичне обґрунтування та вирішення наукового-практичного завдання щодо трансформації сільськогосподарського машинобудування в контексті бурякоцукрового підкомплексу і таким чином відродження машинобудівних підприємств. Одержані результати дають змогу зробити такі висновки:

1. Здійснено розробку теоретичних і методичних положень, а також практичних рекомендацій щодо впровадження організаційно-економічних механізмів виявлення та підвищення рівня адаптивно-трансформаційних здатностей відродження підприємств сільськогосподарського машинобудування на інноваційно-логістичних засадах із урахуванням взаємовідносин з бурякоцукровим підкомплексом. Ця робота й зумовила необхідність вивчення шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції, технологічного вдосконалення виробництва, підвищення якості роботи та ефективності використання бурякозбиральної техніки.

2. Ідентифіковано сутність і поняття категорій «адаптивно-трансформаційна здатність», «трансфоспроможність виробництва» продукції сільськогосподарського машинобудування.

3. Обґрунтовано методи оцінки адаптивно-трансформаційних здатностей підприємств сільськогосподарського машинобудування з використанням державного управління в машинобудівній галузі та на основі сучасного використання менеджменту і маркетингу конкурентних чинників.

4. Розкрито закономірності та особливості розвитку територіальної організації машинобудівної галузі, процесів агропромислової інтеграції, вертикальної та горизонтальної інтеграції, комплексування і диверсифікації виробництва бурякозбиральної техніки в контексті бурякоцукрового підкомплексу.

5. Обґрунтовано шляхи підвищення рівня трансфоспроможності сільськогосподарського машинобудування.

6. Теоретично доведено, що конкурентоспроможність технічних засобів має визначатися у процесі порівняння оцінюваної техніки з базовою машиною. Верхня лімітна ціна є максимальною межею встановлення реалізаційних цін. Машинобудівне підприємство відносно даного показника може оптимально, з урахуванням ринкових тенденцій, установлювати реалізаційні ціни на кінцеву продукцію.

7. Доведено, що коефіцієнт універсализації за допомогою комплексних енергетичних показників дозволяє визначити пріоритетні напрями науково-дослідних робіт під час проектування та впровадження у виробництво нових зразків бурякозбиральної техніки.

8. Здійснено оцінювання можливості підвищення рівня трасфоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування. Розроблено практичні рекомендації щодо покращення використання ресурсного забезпечення сільськогосподарських підприємств, що зміцнить конкурентні позиції сільськогосподарського машинобудування та підвищить його адаптивнотрансформаційні здатності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аграрна реформа в Україні / П. І. Гайдуцький, П. Т. Саблук, Ю. О. Лупенко, [та ін.] ; Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» ; за ред. П. І. Гайдуцького. — К. : ННЦ «ІАЕ», 2005. — 424 с.
2. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку / [Інформаційно-аналітичний збірник]. — Випуск 4. — К. : Інститут аграрної економіки УААН, 2008. — С. 426.
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 156 с.
4. Алов-Лонскер А. С. Агроиндустриальные комбинаты: принципы организации и планирования / А. С. Алов-Лонскер. — М, 1931. — 172 с.
5. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: підручник / В. Г. Андрійчук — [2-ге вид., доп. і перероб.]. — К. : КНЕУ, 2004. — 624 с.
6. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз : монографія / В. Г. Андрійчук. — К. : КНЕУ, 2005. — 292 с.
7. Андрійчук В. Г. Капіталізація сільського господарства: стан та економічне регулювання розвитку: монографія. / В. Г. Андрійчук. — Ніжин : Аспект-Поліграф, 2007. — 212 с.
8. Андрушків Б. М. Основи менеджменту / Б. М. Андрушків, О. Є. Кузьмін. — Львів : Світ, 1995. — 294 с.
9. Андрушків І. П. Інвестування регіональної економіки та його ефективність в Україні: монографія / І. П. Андрушків, О. Д. Вовчак, Н. М. Руцишин. — Львів : Вид-во ЛКА, 2010. — 192 с.
10. Ареф'єва О. В. Управління потенціалом розвитку промислових підприємств / О. В. Ареф'єва, О. В. Коренков. — К. : Грот, 2004. — 200 с.
11. Базалієва Л. В. Науково-теоретичні та методичні основи управління транзакційними витратами підприємства: монографія / Л. В. Базалієва. — Х. : ХНЕУ, 2009. — 163 с.

12. Балабанов Г. В. Трансформація структури сільського виробництва України: регіональний аспект / Г. В. Балабанов, О. М. Кобзєв, Г. В. Семенченко [Проект аграрної політики в Україні Університету штату Айова]. — К. : UAPP, 2000. — 29 с.
13. Балабанова І. В. Управління конкурентною раціональністю: монографія / І. В. Балабанова ; Донецький національний ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. — Донецьк : [ДонНУЕТ], 2008. — 537 с.
14. Башнянин Г. І. Управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства в конкурентному середовищі / Г. І. Башнянин, Л. В. Іванець, Т. В. Футало. — Львів : Новий Світ, 2006. — 176 с.
15. Башнянин Г. І. Ефективність дерегуляції економічних систем перехідного типу: методологічні проблеми метрологічного аналізу / Г. І. Башнянин, Г. С. Третяк. — Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. — 502 с.
16. Беляєв О. О. Системно-економічна трансформація: теорія та практика здійснення в Україні: навчальний посібник / О. О. Беляєв ; Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К. : КНЕУ, 2006. — 243 с.
17. Бикова В. Г. Оцінка та управління фінансово-економічним потенціалом підприємств загальнодержавного значення: монографія / В. Г. Бикова. — Донецьк : Наука і освіта, 2008. — 180 с.
18. Большой экономический словарь / [ред. А. Н. Азрилян]. — М. : Ин-т новой экономики, 2002. — 1280 с.
19. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. — М. : Книж. мир, 2003. — 895 с.
20. Борщевский П. П. Региональная специализация сельскохозяйственного производства / П. П. Борщевский, Д. К. Прейгер, Р. А. Иванух. — К., 1989. — 200 с.

21. Варченко О. М. Ринок цукру в Україні: оптимальне поєднання ринкового та державного регулювання / О. М. Варченко. — К. : ННЦ «Ін-т аграрної економіки», 2004. — 316 с.
22. Васильченко В. Один трактор на троих. Формы использования сельскохозяйственной техники: мировой опыт для Украины / В. Васильченко, В. Синько // *Зерно*. — 2006. — № 9. — С. 86–90.
23. Гайдуцький А. П. Інвестиційна конкурентоспроможність аграрного сектора України / А. П. Гайдуцький. — К. : Нора-Друк, 2004. — 247 с.
24. Гладій М. В. Використання виробничо-ресурсного потенціалу агросектора економіки України (питання методології, теорії і практики) / М. В. Гладій. — Львів, 1998. — 294 с.
25. Глухівський В. С. Комплексна механізація виробництва цукрових буряків / В. С. Глухівський. — К. : Урожай, 1976. — 224 с.
26. Голиков В. И. Комплексные программы совершенствования управления отраслью / В. И. Голиков, В. В. Демяненко. — К., 1986. — 191 с.
27. Гончаров Ю. В. Світ. Європа. Україна. Трансформація економіки та інтеграція / Ю. В. Гончаров, Ю. О. Петін, О. М. Сальник ; за ред. Ю. В. Гончарова. — К. : Знання України, 2007. — 504 с.
28. Гончарова Н. П. Маркетинг инновационного процесса: учеб. пособие / Н. П. Гончарова, П. Г. Перерва ; НАН Украины ; Институт экономики. — К. : Вира-Р, 1998. — 264 с.
29. Гончарук Т. І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці / Т. І. Гончарук. — Суми : ВВП «Мрія-1» ЛТД, 2003. — 60 с.
30. Горбашевська М. А. Світовий ринок машинобудування: сучасний стан галузі / М. А. Гобашевська // *Вісник Донецького університету (серія Економіка і право)*. - 2007. - № 1. - С. 614 - 616.
31. Горник В. Г. Інвестиційно-інноваційний розвиток промисловості / В. Г. Горник, Н. В. Дацій. — К. : Видавництво НАДУ, 2005. — 200 с.

32. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV // Офіційний вісник України. — 2003. — № 11. — С. 303–458.
33. Грабченко А. И. Основы маркетинга высоких технологий: учеб. пособие для студ. техн., экон. спец. / А. И. Грабченко, П. Г. Перерва, Р. Ф. Смоловик ; Институт содержания и методов обучения ; Харьковский гос. политехнический ун-т. — Х., 1999. — 242 с.
34. Гуторов О. І. Оцінка земельних ресурсів та ефективності інвестицій / О. І. Гуторов ; Харківський національний аграрний ун-т ім. В. В. Докучаєва. — Х. : ХНАУ, 2006. — 368 с.
35. Данилишин Б. М. Інвестиційна політика в Україні / Б. М. Данилишин, М. Х. Корецький, О. І. Дацій ; НАН України ; Рада по вивченню продуктивних сил України. — Донецьк : Юго-Восток, 2006. — 290 с.
36. Дарченко Н. Д. Ефективність використання персоналу машинобудівних підприємств: мотиваційні аспекти результативної праці: монографія / Н. Д. Дарченко, О. Л. Єськов, В. С. Рижиков ; Донбас. держ. машинобуд. акад. — Краматорськ : ДДМА, 2010. — 180 с.
37. Дацій О. І. Енергозберігаючі технології у сільському господарстві / О. І. Дацій ; Гуманітарний ун-т «Запорізький ін-т держ. та муніципального управління». — Запоріжжя : ГУ «ЗІДМУ», 2003. — 40 с.
38. Державна програма розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу на 2007–2010 роки, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 26 вересня 2007 р. № 1181.
39. Дідоренко Т. В. Оцінка наукового забезпечення обліку виробництва продукції рослинництва / Т. В. Дідоренко, І. М. Лукава // Формування економічних відносин в умовах ринку. Збірник наукових праць; під редакцією д. е. н. Фаріона І. Д. — 2003. — С. 162–170.
40. Дідоренко Т. В. Організація управлінського обліку на сільськогосподарських підприємствах / Т. В. Дідоренко, І. М. Лукава // Формування економічних відносин в умовах ринку. Збірник наукових праць; під редакцією д. е. н. Фаріона І. Д. — 2003. — С. 154–162.

41. Дідоренко Т. В. Основні підходи до аналізу інвестиційної діяльності / Т. В. Дідоренко // Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу ; ТАНГ, 2003. — № 11. — С. 79–81.
42. Дідоренко Т. В. Особливості обліку в інших галузях АПВ / Т. В. Дідоренко // Проблеми пореформеного розвитку АПВ та основні напрями їх розв'язання : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (17–18 травня 2005 р.). — Тернопіль–Хоростків : ТІАПВ УААН, 2005. — С. 249–251.
43. Дідоренко Т. В. Аналіз конкурентоспроможності виробництва цукру в умовах рецесії / Т. В. Дідоренко // Економічні, правові, інформаційні та гуманітарні проблеми розвитку України в умовах світової економічної кризи. Збірник тез доповідей. — Тернопіль : ТНЕУ, ФАЕМ, 2009. — С. 5–6.
44. Дідоренко Т. В. Еволюція фінансового аналізу та його взаємозв'язок з бухгалтерським обліком / Т. В. Дідоренко // Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації ; Збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених. Частина 2, ТНЕУ, 2009. — С. 398–399.
45. Дідоренко Т. В. Конкурентоспроможність машинобудування в умовах економічної невизначеності / Т. В. Дідоренко // Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації. Збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених. Частина 2, ТНЕУ, 2010. — С. 284–285.
46. Дідоренко Т. В. Машинобудування світу в ХХІ столітті / Т. В. Дідоренко // Економічні, правові, інформаційні та гуманітарні проблеми розвитку України в умовах економічної нестабільності. Збірник тез доповідей. — Тернопіль : ТНЕУ, ФАЕМ. — 2010. — С. 18–19.

47. Дідоренко Т. В. Облік виконання договорів в зовнішньоекономічній діяльності / Т. В. Дідоренко // Організаційно-економічні інструменти розвитку інтеграційних процесів в агропромисловому виробництві. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Ч. 2. — Тернопіль : ТДЕУ, ТІ АПВ УААН, 2006. — С. 302.
48. Дідоренко Т. В. Підвищення трансфоспроможності сільськогосподарського машинобудування на основі венчурного інвестування / Т. В. Дідоренко // Веукраїнський науково-виробничий журнал АПК. Інноваційна економіка. — 2010. — № 4 (18). — С. 58–65.
49. Долан Э. Д. Рынок: макроэкономическая модель / Э. Д. Долан, Д. Е. Линдсей. — СПб., 1992. — 496 с.
50. Друкер, П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. : Пер. с англ. : — М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. — 272 с.
51. Дусановский С. Л. Интенсификация свеклосахарного производства / С. Л. Дусановский, А. С. Павличенко, С. Л. Павличенко. — Львов : Изд-во при Львов. гос. ун-те, 1990. — 128 с.
52. Дусановский С. Л. Свеклосахарный подкомплекс Подолья и резервы повышения его эффективности / С. Л. Дусановский. — К.: Изд-во УСХА, 1990. — 162 с.
53. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / П. Г. Перерва, В. М. Тимофеев, М. І. Погорелов [та ін.] ; Національний технічний ун-т «Харківський політехнічний ін-т» ; за ред. П. Г. Перерви. — Х. : НТУ «ХП», 2004. — 639 с.
54. Економіка та організація виробництва: підручник / В. Г. Герасимчук, А. Е. Розенплентер, В. І. Кривда [та ін.] ; за ред. В. Г. Герасимчука, А. Е. Розенплентера. — К. : Знання, 2007. — 678 с.
55. Економічна енциклопедія : [у 3 т.]. — / [редкол.: ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. — К.: Вид. центр «Академія», 2000. — Т. 1. — 864 с.
56. Економічна енциклопедія: [у 3 т.]. — / [редкол.: ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. — К.: Вид. центр «Академія», 2000. — Т. 2. — 848 с.

57. Економічна енциклопедія: [у 3 т.]. — / [редкол.: ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. — К.: Вид. центр «Академія», 2000. — Т. 3. — 952 с.
58. Економічний тлумачний словник: понятійна база законодавства України у сфері економіки / Д. Д. Гордієнко (упоряд.). — К.: КНТ, 2006. — 308 с.
59. Єрохін С. А. Структурна трансформація національної економіки: теоретико-методологічний аспект / С. А. Єрохін. — К.: Світ Знань, 2002. — 526 с.
60. Єфіменко Н. А. Управління процесами відтворення машинобудування / Н. А. Єфіменко ; Черкаський національний ун-т ім. Богдана Хмельницького. — Черкаси, 2007. — 376 с.
61. Журило І. В. Конкурентоспроможність нової продукції промислово-виробничого призначення: теоретичні аспекти, методика прогнозування та забезпечення: монографія / І. В. Журило. — Кіровоград : Мавік, 2007. — 186 с.
62. Заводський Й. С. Управління сільськогосподарським виробництвом в системі АПК / Й. С. Заводський. — К., 1992. — 367 с.
63. Завилин П. Н. Инновационная деятельность в условиях рынка, [П. Н. Завилин, А. А. Ипатов, А. С. Кулагин]. — Санкт-Петербург.: Наука, 1994.
64. Заєць О. С. Ринок цукру в Україні. Проблеми створення, функціонування та розвитку / О. С. Заєць. — К.: Наук. думка, 1999. — 385 с.
65. Заєць О. С. Ринок цукру в Україні: Проблеми створення, функціонування та розвитку / О. С. Заєць. — 2-е стер. вид. — К.: Наукова думка, 2003. — 387 с.
66. Зайцев Ю. К. Соціалізація економіки України та системна трансформація суспільства / Ю. К. Зайцев ; Київський національний економічний ун-т. — К.: КНЕУ, 2002. — 188 с.
67. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 № 3659-ХІІ [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3659-12>.

68. Закон України «Про державне регулювання виробництва і реалізації цукру» від 17.06.1999 № 758-XIV [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=758-14>.
69. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 13.12.1991 № 1977-XII [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1977-12>.
70. Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції в підприємницькій діяльності» від 18.02.1992 № 2132-XII [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2132-12>.
71. Закон України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу» від 07.02.2002 № 3023-III [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3023-14>.
72. Зелінський А. А. Ефективність буряківництва в умовах інтенсифікації / А. А. Зелінський, Л. С. Павличенко, О. Н. Парубок. — К. : Урожай, 1989. — 104 с.
73. Игнатенко Н. Г. Природно-ресурсный потенциал территории: экономико-географический анализ и синтез / Н. Г. Игнатенко, В. П. Руденко. — Львов, 1986. — 178 с.
74. Іщук С. І. Територіально-виробничі комплекси і економічне районування: методологія, теорія / С. І. Іщук. — К., 1996. — 340 с.
75. Кандиба А. М. Управління науково-технічним прогресом в агропромисловому комплексі / А. М. Кандиба. — К., 1990 — 200 с.
76. Кириленко І. Г. Трансформація соціально-економічних перетворень у сільському господарстві України: проблеми, перспективи / І. Г. Кириленко. — К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2005. — 451 с.
77. Кирич Н. Б. Від стабілізації суспільного виробництва — до сталого розвитку суспільства / Н. Б. Кирич. — Тернопіль, 2003. — 201 с.

- 78.Классика экономической мысли: соч. / В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо [и др.]. — М. : ЭКСМО-Пресс, 2000.
- 79.Кленін О. В. Ефективність відтворення основного капіталу підприємств / О. В. Кленін ; НАН України ; Інститут економіки промисловості. — Донецьк, 2006. — 196 с.
- 80.Клименюк М. Проблеми управління бурякоцукровим комплексом України / М. Клименюк, М. Голованенко // Економіка. Фінанси. Право. — 2001. — № 7. — С. 15–17.
- 81.Кобута І. В. Трансформація підтримки сільського господарства країн світу відповідно до домовленостей країн СОТ / І. В. Кобута ; Кабінет Міністрів України ; Національний ун-т біоресурсів і природокористування України ; НДІ економіки і менеджменту агропромислового виробництва Навчально-наукового ін-ту бізнесу. — К. : ННЦ ІАЕ, 2009. — 148 с.
- 82.Ковтун О. І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст: монографія / О. І. Ковтун ; Укоопспілка ; Львівська комерційна академія. — Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. — 276 с.
- 83.Коденська М. Ю. Цукробурякове виробництво України / М. Ю. Коденська. — К. : Інститут аграрної економіки УААН, 1998. — 55 с.
- 84.Кодієвський В. А. Математичне моделювання агропромислових комплексів і систем / В. А. Кодієвський. — К., 1993. — 96 с.
- 85.Коломойцев В. Е. Структурна трансформація промислового комплексу України / В. Е. Коломойцев. — К. : Українська енциклопедія, 1997. — 304 с.
- 86.Конєвський О. П. Економіка виробництва цукрових буряків / О. П. Конєвський. — К. : Урожай, 1966. — 390 с.
- 87.Конкурентоспроможність економіки України: галузевий і територіальний аспекти: моногр. / І. В. Тараненко, Л. І. Катан, О. В. Пирог, [та ін.] ; за ред. І. В. Тараненко ; Дніпропетр. ун-т економіки та права. — Д : Вид-во ДУЕП, 2009. — 236 с.

88. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення: монографія / О. М. Бородіна, Т. В. Бурлай, Н. І. Горшкова, [та ін.] ; Інститут економіки та прогнозування НАН України ; за ред. І. В. Крючкова. — К. : Основа, 2007. — 488 с.
89. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. — М., 1992.
90. Кравченко І. Д. Програмно-цільове управління та його застосування в державному управлінні аграрним сектором економіки / І. Д. Кравченко // Економіка АПК. — К. — 2004. — № 2. — С. 9–15.
91. Крикавський Є. В. Логістика підприємства: навч. посібник для студ. екон. спец. / Є. В. Крикавський. — Львів : Вид-во ДУ «Львівська політехніка», 1996. — 160 с.
92. Крикавський Є. В. Логістичне управління: підручник для вищ. навч. закл. / Є. В. Крикавський ; Національний ун-т «Львівська політехніка». — Л. : Видавництво Національного ун-ту «Львівська політехніка», 2005. — 683 с.
93. Ламбен Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг: учебник для слушателей, обучающихся по прогр. «Мастер делового администрирования» / Ж. Ламбен ; пер. с англ. С. Жильцов. — СПб. ; М. ; Нижний Новгород ; Воронеж ; Питер, 2008. — 796 с.
94. Лачуга Ю.Ф. Стратегия машинно-технического обеспечения производства сельскохозяйственной продукции / Ю.Ф. Лачуга // Техника в сельском хозяйстве. — 2004. — №1. — С. 3-7.
95. Линдерс Майкл Р., Управление снабжением и запасами. Логистика / Линдерс Майкл Р., Фирон Харольд Е. [Purchasing and Supply Management / Michel R. Leenders, Harold E. Fearon]. — 11. изд. — СПб. : Полигон, 1999. — 768 с.
96. Литвиненко А. Н., Татьянченко М. А. Методологические вопросы оценки экономических аспектов конкурентоспособности машинотехнической продукции // Приложение к БИКИ. — 1981. — № 1.

97. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг. – М.: Высшее образование, Юрайт-Издат, 2009. – 464 с.
98. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми / М. Й. Малік, О. А. Нужна. — К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2007. — 270 с.
99. Мальчик М.В. Підвищення конкурентних позицій машинобудівних підприємств / М.В. Мальчик // Вісник Інституту економіки промисловості НАН України. – 2008. – №16. – С. 12 – 17.
100. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / Н. В. Тарасова, І. С. Калініченко, В. А. Романенко [та ін.] ; НАН України Рада по вивченню продуктивних сил України ; за ред. Б. М. Данилишина. — Ніжин : Аспект-Поліграф, 2007. — 307 с.
101. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и направлениям / А. Г. Грязнова, А. Ю. Юданов, О. В. Карамова [и др.] ; Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации ; за ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. — М. : ИТД «КноРус», 1999. — 542 с.
102. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування: підруч. для студ. ВНЗ / В. М. Гаєць, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк, [та ін.] ; Харківський національний економічний ун-т. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2008. — 396 с.
103. Національна програма розвитку агропромислового виробництва і соціального відродження на 1999–2010 роки // Економіка АПК. — 1999. — № 6. — С. 3–50.
104. Нікітін П. В. Ефективність логістичного управління перевезеннями вантажів в умовах взаємодії різних видів транспорту: монографія / П. В. Нікітін ; Київська держ. академія водного транспорту ім. гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного. — К. : Вид. дім Дмитра Бурого, 2008. — 104. с.

105. Опыт конкуренции в России: причины успехов и неудач / Н. Н. Думная, А. Ю. Юданов, В. Е. Корольков [и др.] ; авт. проекта и координатор исследования А. Ю. Юданов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : КноРус, 2008. — 463 с.
106. Організація та управління інноваційною діяльністю: підручник для студ. вищих навч. закл. / за заг. ред. П. Г. Перерви. — Х. : НТУ «ХП», 2008. — 1025 с.
107. Основи управління якістю на підприємствах машинобудування: навч. посібник / О. М. Заботін, О. Є. Гросицька, А. Б. Трушлякова, Т. Д. Сипко ; Національний ун-т кораблебудування ім. адмірала Макарова. — Миколаїв : НУК, 2008. — 84 с.
108. Осташко Т. О. Ринкова трансформація аграрного сектора / Т. О. Осташко ; НАН України; Інститут економічного прогнозування. — К. : Фенікс, 2004. — 280 с.
109. Паламарчук М. М. Агропромислові комплекси: географічні аспекти / М. М. Паламарчук, А. М. Паламарчук. — М., 1988. — 48 с.
110. Пастух Ю. А. Ефективність технології виробництва цукрових буряків в умовах Поділля / Ю. А. Пастух // Аграрна наука — селу. — Вип. 7 ; Т. 2, — ПДАТА. — 1999. — С. 91–95.
111. Перерва П. Г. Маркетинг машиностроительной продукции: учеб. пособие для студ. экон. спец. вузов / П. Г. Перерва, Н. И. Погорелов ; Харьковский гос. политехнический ун-т. — К., 1997. — 176 с. Ч. 1 — К., 1997 — 176 с.
112. Пістун М. Д. Географія агропромислових комплексів / М. Д. Пістун, В. О. Гуцал, Н. І. Проватор. — К. : Либідь. — 1997. — 197 с.
113. Плоткін Я. Д. Організація і планування виробництва на машинобудівному підприємстві: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / Я. Д. Плоткін, О. К. Янушкевич. — Львів : Світ, 1996. — 350 с.

114. Погребняк С. П. Розвиток технології виробництва цукрових буряків / С. П. Погребняк, А. П. Коломієць, М. П. Шаповал // Збірник наукових праць. — К.: Аграрна наука, 1997. — С. 271–280.
115. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Е. Портер. ; пер. с англ. И. Минервин. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 452 с.
116. Постанова КМУ «Про схвалення Концепції Державної програми прогнозування науково-технологічного розвитку на 2008–2012 роки» від 13. 04. 2007 р. N 175-р [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=175-2007-%F0>.
117. Постанови КМУ «Про деякі питання державного регулювання виробництва і реалізації цукру» від 2 червня 2000 р. N 868. [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=868-2000-%EF>.
118. Прейгер Д. К. Интенсификация воспроизводственного процесса в сельском хозяйстве / Д. К. Прейгер. — К., 1987.
119. Прикмета Л. Щодо функціонування цукробурякового підкомплексу АПК України / Л. Прикмета // Вісник аграрної науки. — 2002. — № 2. — С. 79–80.
120. Проблеми теорії і практики менеджменту / Відп. ред. О. П. Білоус. — К., 1992. — 106 с.
121. Проблеми теорії і практики менеджменту: навч.-метод. посіб. для студ. ден. і заоч. форми навч., органів держ. влади та місцевого самоврядування / Тернопільський держ. технічний ун-т ім. Івана Пулюя ; Академія соціального управління ; Наукове товариство ім. Т. Шевченка ; за ред. Б. М. Андрушківа. — Тернопіль : Тернограф, 2009. — 312 с.
122. Провик Ю. Конкурентоспроможність українського цукру на світовому ринку / Ю. Провик // Агро Світ. — 2002. — № 2. — С. 18–26
123. Производственная организация территории / Л. Я. Новоковский, А. С. Добряк, А. И. Сизоненко [и др.]. — К., 1990. — 215 с.

124. Производственно-экономические связи в системе агропромышленного комплекса / Под ред. В. А. Тихонова. — М, 1983. — 293 с.
125. Рикардо Д. Начала политической экономии / Д. Рикардо // Классика экономической мысли. — ЭКСМО-ПРЕСС, 2000. — С. 403–479.
126. Ринкова трансформація господарства регіону (кластерний підхід): навч. посібник для студ. екон. спец. вищих навч. закл. / Г. М. Заболотний, О. М. Дідик, В. І. Захарченко, А. М. Ступницький. — Вінниця : Видавничий відділ ВДАУ, 2006. — 395 с.
127. Ринок сільськогосподарської техніки: проблеми становлення / В. П. Яковенко, Я. К. Білоусько, Г. М. Підлісецький [та ін.] ; за ред. Г. М. Підлісецького. — К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2005. — 214 с.
128. Роберт Лі. Собівартість виробництва цукрових буряків та цукру в Україні / Роберт Лі // Пропозиція і конкуренція. — 2008. — С. 28–35.
129. Русак П. П. Економіка природокористування / П. П. Русак. — К., 1992. — 318 с.
130. Салига К. С. Ефективність виробництва на рівні структурних підрозділів підприємства: монографія / К. С. Салига, О. В. Скачкова. — Запоріжжя : ЗЦНТЕІ, 2008. — 218 с.
131. Саллі В. І. Стратегічне управління виробництвом конкурентоспроможної продукції машинобудування: монографія / В. І. Саллі, О. А. Паршина ; Національний гірничий ун-т. — Д. : НГУ, 2008. — 231 с.
132. Самуельсон П. Економіка: підручник / П. Самуельсон. — Л. : Світ, 1993. — 495 с.
133. Сахарная свекла. Основы агротехники / Под ред. В. Ф. Зубенко. — К.: Урожай, 1979. — 414 с.
134. Свеклосахарный аграрно-промышленный комплекс и эффективность его функционирования / Ю. П. Лебединский, П. П. Марокулин, Р. А. Иванух [и др.]. — К. : Наук. думка, 1978. — 222 с.

135. Система корпоративного управління: формування та оцінювання на засадах економічних індикаторів (на прикладі машинобудування): монографія / О. Є. Кузьмін, А. М. Дідик, О. Г. Мельник, О. В. Мукан ; Національний ун-т «Львівська політехніка» ; Навчально-науковий ін-т економіки і менеджменту ; Кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва ; за заг. ред. О. Є. Кузьміна. — Л. : Тріада плюс, 2008. — 369 с.
136. Системний аналіз і логістика: навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / В. С. Маруніч, О. І. Мельниченко, О. М. Смолівик, [та ін.] ; Національний транспортний ун-т. — К. : НТУ, 2009. — 272 с.
137. Сільське господарство України. Статистичний збірник 2008. — К., 2008. — С. 144–146.
138. Стасіневич С. А. Ринок цукру України: проблеми забезпечення сировиною / С. А. Стасіневич // Економіка АПК. — 2006. — № 2. — С. 25–30.
139. Стратегічне управління інноваційною діяльністю як основа економічної безпеки національної економіки: монографія / М. В. Гаман, О. І. Дацій, М. Х. Корецький [та ін.]. — Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2008. — 281 с.
140. Таньков К. М. Виробнича логістика: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / К. М. Таньков, О. М. Тридід, Т. О. Колодизева ; Харківський національний економічний ун-т. — 2. вид., переробл. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. — 352 с.
141. Трансформація економіки України у глобальному економічному середовищі / І. Ф. Комарницький, П. О. Нікіфоров, П. І. Белінський [та ін.] ; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича ; за ред. І. Ф. Комарницького. — Чернівці : Рута, 2006. — 272 с.
142. Трансформація моделі економіки України. Ідеологія, протиріччя, перспективи / В. М. Геєць, Б. Є. Кваснюк, М. І. Зверяков [та ін.] ; НАН України ; Інститут економічного прогнозування ; за ред. В. М. Геєць. — К. : Логос, 1999. — 497 с.

143. Українська інтенсивна технологія вирощування цукрових буряків / За ред. О. М. Ткаченка, М. В. Роїка. — К. : Академ-прес, 1998. — 240 с.
144. Управління якістю продукції: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. України / О. Й. Запунний, О. О. Запунний, І. В. Полуда, С. М. Савченко ; Інститут змісту і методів навчання ; Національний технічний ун-т України «Київський політехнічний ін-т» ; за заг. ред. В. Д. Немцова. — К., 1998. — 134 с.
145. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю організації: підручник для студ. вищ. навч. закл. / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська. — К. : Кондор, 2009. — 470 с.
146. Фролова Л. В. Логістичне управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти / Л. В. Фролова ; Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. — Донецьк : ДонДУЕТ, 2004. — 262 с.
147. Фурса А. В. Цукробуряковий підкомплекс України: стан і перспективи розвитку / А. В. Фурса // Економіка АПК. — 2005. — № 2. — С. 20–24.
148. Хайєк Ф. А. Право, законодавство та свобода. Нове викладення широких принципів справедливості та політичної економії: В 3 т. / Ф. А. Хайєк ; пер. з англ. Н. Комарова. — К. : Сфера, 1999. Т. 1 : Правила та порядок. — К. : Сфера, 1999 — 196 с.
149. Хайєк Ф. А. Право, законодавство та свобода. Нове викладення широких принципів справедливості та політичної економії: В 3 т. / Ф. А. Хайєк ; пер. з англ. Н. Комарова. — К. : Сфера, 1999. Т. 2 : Міраж соціальної справедливості. — К. : Сфера, 1999 — 200 с.
150. Хайєк Ф. А. Право, законодавство та свобода: Нове викладення широких принципів справедливості та політичної економії: В 3 т. / Ф. А. Хайєк ; пер. з англ. Н. Комарова. — К. : Сфера, 2000. Т. 3 : Політичний устрій вільного народу. — К. : Сфера, 2000 — 252 с.
151. Хейне П. Экономический образ мышления: Пер. с англ. / П. Хейне. — М. : Новости, 1991.

152. Хоменко Г. М. Сутність та форми державного регулювання підприємницької діяльності / Г. М. Хоменко // Економіка і підприємництво: стан та перспективи: Зб. наук. праць. — К., 2002. — С. 35–41
153. Цепко В. П. Оптимизация использования и охраны земельных ресурсов. / В. П. Цепко. — К., 1989.
154. Цукробурякове виробництво України: проблеми відродження, перспективи розвитку: монографія / П. Т. Саблук, М. Ю. Коденська, В. І. Власов [та ін.] ; Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» ; ред. П. Т. Саблук, М. Ю. Коденська. — К. : ННЦ ІАЕ, 2007. — 390 с.
155. Чумаченко Н. Г. Анализ и прогнозирование развития экономики региона. / Н. Г. Чумаченко. — К. : Наук. думка, 1991. — 226 с.
156. Чухно А. А. Перехід до ринкової економіки. / А. А. Чухно. — К. : Наук. думка, 1993, — 276 с.
157. Швиданенко О. А. Глобальна конкурентоспроможність: теоретичні та прикладні аспекти / О. А. Швиданенко ; Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К. : КНЕУ, 2007. — 312 с.
158. Шилепницький П. І. Управління виробничим потенціалом машинобудування в перехідній економіці / П. І. Шилепницький. — Чернівці, 2001. — 108 с.
159. Шумпетер Й. А. История экономического анализа: В 3 т. / Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов ; Высшая школа экономики (Москва) / Й. А. Шумпетер [Марк Перлман (предисл.)]. — СПб. : Экономическая школа, 2004. — VIII, с. 495–988. Т. 1 — СПб. : Экономическая школа, 2004 — LVI, 494 с.

160. Шумпетер Й. А. История экономического анализа: В 3 т. / Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов ; Высшая школа экономики (Москва) / Й. А. Шумпетер [Марк Перлман (предисл.)]. — СПб. : Экономическая школа, 2004. — X, с. 989–1664
Т. 2 — СПб. : Экономическая школа, 2004 — VIII, с. 495–988
161. Шумпетер Й. А. История экономического анализа: В 3 т. / Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов ; Высшая школа экономики (Москва) / Й. А. Шумпетер [Марк Перлман (предисл.)]. — СПб. : Экономическая школа, 2004. — LVI, 494 с.
Т. 3 — СПб. : Экономическая школа, 2004 — X, с. 989–1664
162. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития: Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер ; пер. с нем., англ. В. С. Автономов. — М. : Эксмо, 2008. — 863 с.
163. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб.-практ. пособие / А. Ю. Юданов ; Ассоциация авторов и издателей «Тандем» — М. : Акалис, 1996. — 272 с.
164. Янік Вієслав. Ефективність формування і розвитку підприємництва в умовах трансформації економіки постсоціалістичних країн / Янік Вієслав ; Інститут регіональних досліджень НАН України ; Державний економічний ін-т в Ярославі, Польща. — Л. : Видавничий дім «Панорама», 2001. — 304 с.