

Муштай Валентина Анатоліївна,
к.е.н, доцент кафедри статистики,
АГД та маркетингу СНАУ

СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ В ОЦІНЦІ ЕФЕКТИВНОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Оцінка ефективності розробленої асортиментної політики підприємства є одним із найбільш важливих інструментів управління асортиментом підприємства та базою для прийняття управлінських рішень. Оскільки, саме вона дозволяє виявити недоліки в управлінні асортиментом та своєчасно вжити заходів щодо коригування сформованої асортиментної політики підприємства.

Ефективне управління товарною політикою аграрного підприємства передбачає використання адекватних методів формування продуктового портфелю, імплементація яких дасть змогу приймати дієві управлінські рішення щодо кількісних та якісних параметрів структури та збалансованості товарного портфелю, що забезпечуватимуть оптимальні умови для зрівноваженого розвитку аграрних підприємств [2, с. 133].

Оригінальну методику формування асортиментної політики, як одного з напрямку товарної політики, описує Веселов А.І., яка полягає у визначенні коефіцієнту кореляції рангу випуску продукції та рангу її рентабельності. Відповідно високі значення коефіцієнтів кореляції рангів означатимуть необхідність розширення асортиментної пропозиції для таких товарів, а низькі – необхідність її скорочення. Пропонована методика може бути доцільною тільки за умов вибору підходу до формування асортиментної політики на основі кращого використання ресурсів, а основним її недоліком є повне ігнорування впливу факторів мікросередовища на реалізацію асортиментної політики та товарної політики зокрема [1, с. 20].

Апробацію даної методики здійснено на прикладі конкретного підприємства. Перш за все визначено питому вагу кожного виду продукції в

загальному обсязі реалізації, рівень рентабельності, ранг випуску за питомою вагою та рентабельністю. Незначна різниця між рангами свідчатиме про економічну раціональність структури асортименту підприємства (ПрАТ «Райз - Максимко»). Вразі якщо ранг випуску буде суттєво більшим рангу рентабельності, то підприємству доцільно в перспективі при наявності стабільного попиту знизити собівартість або замінити продукцію на нову, що матиме більш високий рівень якості та рентабельності або за наявності тенденції падіння попиту знижувати обсяги виробництва продукції. Якщо ранг виробництва буде суттєво нижчий за ранг рентабельності, тобто продукцію, що має високий рівень рентабельності, виробляється невеликими обсягами, то за наявності стійкого попиту доцільно буде нарощувати обсяги її виробництва.

Кількісну оцінку ступеню раціональності структури асортименту ПрАТ «Райз - Максимко» буде надано через інтерпретацію значення коефіцієнта кореляції рангу випуску і рангу рентабельності [1, с. 20]:

$$r_p = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)} \quad (1)$$

де, d - різниця між рангом виробництва i -тої продукції та рангом рентабельності i -тої продукції; n – число позицій в асортиментному ряді.

Значення коефіцієнту кореляції рангів (коефіцієнт Спірмена) змінюється від -1 до +1 (з підвищенням рангу одного з параметрів ранг іншого набуває тенденції до підвищення). При раціональній структурі асортименту має місце сильний позитивний зв'язок між обсягом виробництва продукції та рентабельністю. Аналіз рангів виробництва і рентабельності асортиментних груп продукції ПрАТ «Райз - Максимко» наведено у таблиці 1.

З вищенаведеного розрахунку підтверджується, що структура асортименту продукції, що виробляється ПрАТ «Райз - Максимко» є збалансованою. Не стабільний попит на ячмінь ярий, овес, ВРХ (в живій вазі), свиней (в живій вазі), мед компенсується стабільним попитом на сою, кукурудзу на зерно, соняшник та пшеницю озиму, які за рангом рентабельності займають кращі позиції (найбільш високі ранги рентабельності мають соя – 12

Аналіз рангів виробництва і рентабельності асортиментних груп ПрАТ «Райз - Максимко», 2017р.

Асортиментні групи	Питома вага в загальному випуску, %	Рентабельність, %	Ранг випуску	Ранг рентабельності	Різниця рангів	Стан попиту
Пшениця озима	6,78	25,25	10	9	1	Стабільний попит
Кукурудза на зерно	72,35	107,61	12	11	1	Стабільний попит
Ячмінь озимий	0,11	2,79	4	6	-2	Менш стійкий попит
Ячмінь ярий	0,10	-55,27	3	1	2	Не стабільний попит
Овес	0,001	-16,67	2	5	-3	Не стабільний попит
Соняшник	4,39	73,24	8	10	-2	Стабільний попит
Соя	7,00	149,51	11	12	-1	Стабільний попит
Ріпак озимий	0,71	12,94	6	7	-1	Менш стійкий попит
ВРХ	1,37	-40,93	7	4	3	Не стабільний попит
Свині	0,34	-50,04	5	2	3	Не стабільний попит
Молоко	4,59	15,48	9	8	1	Менш стійкий попит
Мед	0,001	-44,4	2	3	-1	Не стабільний попит
Сума рангів($\sum d$)	-	-	-	-	1	-

ранг та кукурудза на зерно - 11 ранг). Значення отриманого коефіцієнту кореляції рангів знаходиться в межах від +0,7 до +0,999 та становить 0,997, вказує на раціональну структуру асортименту аграрного підприємства.

Отже, для здійснення аграріями успішної діяльності на ринку, необхідна ретельно розроблена та добре обміркована товарна політика, оскільки склад і структура товарного портфеля сприймається як інструмент досягнення підприємством комплексу цілей різного горизонту планування.

Список використаної літератури

1. Веселов А.И. Методическое обеспечение оценки ассортиментной политики предприятий: автореф.канд. экон. наук : 08.00.05 / А.И. Веселов. – Иркутск: Издательство Тихоокеанского государственного экономического университета, 2010. – 23 с.
2. Степаненко Н.І Аналітичний інструментарій формування продуктового портфеля аграрних підприємств /Н.І. Степаненко//Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. - № 7. – 2015. – С.132 – 137.

Відомості про авторів

а) прізвище, ім'я, по батькові: Муштай Валентина Анатоліївна

б) вчене звання: доцент

в) науковий ступінь: к.е.н.

г) місце роботи: СНАУ, кафедра Статистики, АГД та маркетингу

д) адреса для листування: 40000, м. Суми, вул. Г. Кондрат "єва 160, кафедра Статистики, АГД та маркетингу