

ЯКІСТЬ ХМЕЛЮ ЯК СКЛАДОВА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

А. В. Бобер, кандидат сільськогосподарських наук

Національний університет біоресурсів і природокористування України

В. А. Колтунов, доктор сільськогосподарських наук, професор

Київський національний торговельно-економічний університет

Наведено результати дослідження поняття якості, як складової конкурентоспроможності продукції. Висвітлено теоретичне і методичне обґрунтування розробки методики визначення конкурентоспроможності хмелю за його якістю.

Ключові слова: *хміль, якість продукції, конкурентоспроможність, сорт, показники якості, альфа-кислоти.*

Проблема забезпечення якості у ХХІ столітті набуває особливого значення. Це століття якості в усіх її проявах – як продукції і послуг, праці, навколишнього середовища і в цілому життя. В умовах глобалізації ринку проблема якості є актуальною для всіх країн, тому що тільки продукція високої якості може бути конкурентоспроможною. Ця проблема багатогранна і має політичний, соціальний, економічний, науково-технічний і організаційний аспекти.

Продукція аграрного сектору має різноманітні споживчі властивості залежно від призначення. Якість агропромислової продукції визначається сукупністю її корисних властивостей, які задовольняють конкретні потреби споживачів. Суспільно необхідний рівень якості сільськогосподарської продукції, в якому б збігалися вимоги виробників і споживачів, досягається системним регулюванням споживчих властивостей і характеристик продукції

з оцінкою їх на кожній стадії проектування виробництва, зберігання, транспортування і переробки.

У літературі існують різні визначення поняття «якість продукції». До цього визначення по-різному підходять товарознавці, технологи, агрономи, економісти, юристи, філософи. Кожний з них підкреслює якусь одну або декілька, на їх думку, головних властивостей продукції.

Під якістю продукції розуміють сукупність властивостей, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до свого призначення. Кожний вид продукції має свої конкретні властивості, які відображають його корисність і здатність задовольняти потреби людини. Корисність того чи іншого виду продукції відображає її споживчу вартість, тобто має бути оціненою за якісними показниками. Таким чином, споживча вартість і якість продукції тісно пов'язані між собою. Підвищення якості продукції, як і інші економічні категорії – підвищення ефективності людської праці, розвитку науки і техніки, є відображенням історичного процесу.

Науковий підхід до вивчення будь-якої категорії чи явища передбачає в першу чергу визначення змісту поняття, його сутності, місця і ролі в сукупності інших категорій та явищ. Наукові трактування якості є досить різнобічними, проте об'єднаними певною загальною філософією дефініції. Так, виходячи із суб'єктивних позицій, Ф. Кросбі визначає якість як відповідність вимогам. У. Демінг вважає, що управління якістю не означає досягнення досконалості, а отримання такого рівня якості, на який розраховує ринок. Д. Джуран визначає якість як відповідність призначенню. А. Фегенбаум називає якість сукупністю складних ринкових, технічних та експлуатаційних характеристик виробу, завдяки яким останній відповідає очікуванням споживача. На думку Д. Харрінгтона якість це задоволення або перевищення вимог споживача за прийнятною для нього ціною [5].

Під якістю продукції розуміють також сукупність властивостей і характеристик продукту, котрі надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Таке визначення наведено в стандарті

ISO і є найбільш поширеним у країнах з розвинутою економікою. У 1986 р. в межах ISO були сформульовані терміни щодо якості для всіх галузей бізнесу і промисловості, а у 1994 р. цю термінологію уточнили. За цим останнім підходом стандартизованим вважається визначення якості, за яким ця категорія є сукупністю характеристик об'єкта, що належать до його здатності задовольняти встановлені і передбачувані потреби [1]. Тому в стандарті поняття якості дано в загальному вигляді.

На сучасному етапі якість продукції – це поняття, яке характеризує параметричні, експлуатаційні, споживчі, технологічні, дизайнерські властивості виробу, рівень його стандартизації та уніфікації, надійність і довговічність. Як економічна категорія якість відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини.

Мета дослідження – теоретично та методично обґрунтувати розробку методики визначення конкурентоспроможності хмелю за його якість.

Матеріал і методика досліджень. Методика досліджень ґрунтується на систематизації та узагальнюючій оцінці інформаційних матеріалів, отриманих з наукової літератури, даних Державного сортовипробування, науково-дослідних установ та власних досліджень.

Результати досліджень. Невід'ємною складовою оцінки якості хмелю є визначення його конкурентоспроможності, тобто господарських переваг або недоліків, притаманних певному ботанічному сорту, які проявляються від самого початку формування споживчих властивостей, зумовлюють якість продуктів переробки і готового продукту, визначають можливість їх тривалого зберігання та переробки.

За даними [2,3], для оцінки якості продукції мають обиратися ті показники, що, по-перше, враховуються самими споживачами (є важливими і очевидними для них), по-друге, значення яких впливає на рівень якості, або зміна яких може сприяти його значному підвищенню. При цьому такі показники не завжди збігаються із зазначеними в нормативно-технічній

документації на продукцію, а можуть бути і такими, що зовсім не передбачені стандартом або технічними умовами, але значною мірою впливають на загальну якість товару. Вони можуть проявлятися у процесі товарообігу і значною мірою впливати на зміни, що призведуть до погіршення якості. Якою б високою не була якість того чи іншого сорту, виробник не буде його вирощувати, якщо у нього низька врожайність, стійкість проти хвороб, лежкість і високі затрати на вирощування. Також не потрібний сорт, якщо він має високу врожайність, але низький вміст поживних речовин, погані смакові властивості і збереженість. Отже, конкурентоспроможність – показник інтегральний і це поняття треба розглядати через призму адитивності.

Ми вважаємо, що конкурентоспроможність є процесом вивчення та аналізу показників якості як сукупності всіх споживних властивостей, порівняння результатів, отриманих для різних досліджуваних сортів з урахуванням їх вартісних характеристик.

Наприклад, біохімічний склад шишок хмелю залежить від погодних умов, ґрунтових умов, агротехніки, строків збирання, післязбиральної доробки тощо, але головним чином визначається генотипом хмелю. Залежно від сорту в шишках хмелю міститься 8,0–32,0 % гірких речовин, 0,5–18,0 % альфа-кислот, 1,0–14,0 % бета-кислот, 0,2–1,6 % ксантогумолу, 0,05–3,8 % ефірної олії, 1,6–11,7 % поліфенольних речовин [4].

На наш погляд, конкурентоспроможність хмелю – інтегральний показник, який повинен визначатися в межах сортів. Кожний показник якості має бути поділений на ранги, тільки в цьому разі його оцінка може бути об'єктивною. Якість продукції не можна визначати за один рік і за однією партією. Оцінювати конкурентоспроможність сортів потрібно за багаторічними даними сортодільниць, розташованих у різних ґрунтово-кліматичних зонах України. Під час оцінювання сортів хмелю береться тільки потенційна врожайність, яку можна одержати в умовах сортовипробувальних станцій. Показники якості в міру можливості

необхідно оцінювати комплексно. Наприклад, комплексний показник вмісту корисних речовин хмелю може включати велику кількість біологічно-активних речовин, які у пивоварінні рівнозначні. Подрібнення показників призведе до ускладнення об'єктивної оцінки сорту.

Основним показником, який визначає конкурентоспроможність сортів, є загальна врожайність сорту, оскільки, за однакових витрат на вирощування більший прибуток дасть та продукція, збір якої з 1 га площі вищий порівняно з іншими. Другим за значущістю показником може бути кількість накопиченої в продукції енергії та вихід основного поживного компоненту (наприклад, альфа–кислот – для хмелю).

Конкурентна перевага одного зразка продукції над іншим може бути встановлена завдяки розробці методики, яка базується на основних положеннях теорії розпізнавання образів і заснована на ранжуванні можливих значень показників конкурентоспроможності й розрахунку узагальнюючої оцінки на підставі отриманих даних. Сутність теорії розпізнавання образів полягає в розпізнаванні певного показника (в нашому випадку – конкурентоспроможності) і проводиться послідовно за кожною з ознак, для якої розробляється еталон зразка, що являє собою набір інтервалів. Якщо для вимірювання інтервалів обрати рангову шкалу, то конкурентоспроможність можна описати як набір значень цих рангів. Інтервали визначають таким чином: задається постійний інтервал зниження показника; найкращому інтервалу присвоюється найвищий бал відповідного рангу; кожному наступному інтервалу, нижчому за перший, присвоюється відповідне значення в балах.

Висновки

Враховуючи господарсько-корисні показники якості сортів хмелю для кожного показника якості необхідно розробити набір інтервалів рангової шкали показників якості, за якою конкурентоспроможність можна описати як набір значень цих рангів.

Перспективи подальших досліджень. Подальші дослідження будуть зосереджені на оцінці сортів хмелю районованих в Україні та розробці методики визначення їх конкурентоспроможності.

Список літератури

1. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. – На заміну ДСТУ 3230-95; Введ. 27.06.2001 р. – К. : Держстандарт України, 2001. – 26 с.

2. Колтунов В. А. Якість плодоовочевої продукції та технологія її зберігання: монографія / В. А. Колтунов. Ч. 1: Якість і збереженість картоплі та овочів. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 567 с.

3. Колтунов В. А. Якість плодоовочевої продукції та технологія її зберігання: монографія / В. А. Колтунов. Ч. 2: Якість і збереженість плодів та ягід. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 248 с.

4. Ляшенко Н. И. Физиология и биохимия хмеля / Н. И. Ляшенко, Н. Г. Михайлов, Р. И. Рудык. – Житомир: Полісся, 2004. – 408 с.

5. Мороз О. В. Організаційно-економічні фактори управління якістю на підприємствах: монографія. / О. В. Мороз, Л. М. Ткачук. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2005. – 137 с.

КАЧЕСТВО ХМЕЛЯ – ОСНОВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.

Бобер А.В., Колтунов В.А.

Представлены результаты исследования понятия качества, как составной конкурентоспособности продукции. Освещено теоретическое и методическое обоснование разработки методики определения конкурентоспособности хмеля по его качеству.

Ключевые слова: *хмель, качество продукции, конкурентоспособность, сорт, показатели качества, альфа-кислоты.*

THE QUALITY OF THE HOPS AS PART OF ITS COMPETITIVENESS.

A.V. Bober, V.A. Koltunov

The results of the author's study of the concept of quality as a component of competitive products were presented in the article. Theoretical and methodical foundation of design methodology for determination the competitiveness of hops depend on its quality was established.

Keywords: *hops, product quality, competitiveness, variety, indexes quality, alpha acid.*