

термінів зберігання документів, затверджений Головним архівним управлінням при КМУ від 20 липня 1991 р. № 41: [Електронний ресурс] : Режим доступу: // www.expertsoft.com.ua.

9. План рахунку бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291: [Електронний ресурс] : Режим доступу: // www.expertsoft.com.ua.

10. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д.Норт / пер. з англ. І.Дзюб. – К.: Основи, 2000. – 198 с.

11. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 24.05.1995 р. № 88: [Електронний ресурс] : Режим доступу: // www.expertsoft.com.ua.

12. Про облікову політику, лист Міністерства фінансів України від 21 грудня 2005 р. № 31- 34000-10-5 /27793 : [Електронний ресурс] : Режим доступу: // www.expertsoft.com.ua.

13. Пушкар М.С. Облікова політика і звітність : навч.посіб. / М.С. Пушкар. – Тернопіль, 2003. – 141 с.

14. Методичні рекомендації по організації та веденню бухгалтерського обліку в сільськогосподарських підприємствах України / за ред. Ю.Я.Лузана, М.Г.Михайлова, В.М.Жука//Облік і фінанси АПК. – 2005. – № 2. – С.106-188.

15. Пісьмаченко Л.М. Державне регулювання організація обліку суб'єктів господарювання в Україні: сучасний стан та напрями удосконалення / Л.М.Пісьмаченко // Збірник наукових праць ДонДУУ: «Економічне самоврядування як основа соціально-економічного розвитку»: Серія «Економіка». Т. Х. – вип. 137. – Донецьк: ДонДУУ, 2009. – С.125-136.

УДК 338.432:338.32.053.4

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Зоря С.П., аспірант

Полтавська державна аграрна академія

Проведено аналіз факторів впливу на ефективність реалізації конкурентних стратегій аграрних підприємств з метою виявлення основних організаційно-економічних резервів підвищення економічної ефективності функціонування товаровиробників сільськогосподарської продукції та забезпечення їх конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі.

It is conducted the analysis of factors of influence on efficiency of realization of competition strategies of agrarian enterprises with the purpose of exposure of basic organizationally economic backlogs of increase of economic efficiency of functioning of commodity producers of agricultural produce and providing of their competitiveness in a long-term prospect.

Постановка проблеми. В умовах ринкової системи господарювання досить актуальною є потреба у формуванні та реалізації конкурентних стратегій аграрних підприємств, що повинні забезпечувати підвищення ефективності їх функціонування та конкурентоспроможності. Це можливо досягти за рахунок оптимального використання системи чинників, та ефективного стратегічного управління, покликаного забезпечити ефективність функціонування підприємств не лише сьогодні, а й на перспективу. Відомим є той факт, що ефекти-

вність реалізації конкурентних стратегій визначається багатьма факторами, що різняться як за природою, так і характером та ступенем дії. Різноманітність факторів впливу на рівень ефективності конкурентних стратегій, відсутність їх оцінки та прогнозування досить часто супроводжуються негативними наслідками, що пов'язані із руйнуванням виробничо-економічної системи. У зв'язку з цим, виникає необхідність у діагностиці та систематизації факторів, що впливають на конкурентоспроможність аграрних підприємств та ефективність реалізації ними конкурентних стратегій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомим внеском у рішення проблем з питань функціонування аграрних підприємств та їх стратегічного менеджменту в умовах конкуренції є праці відомих вітчизняних-вчених економістів, а саме В. Андрійчука, Я. Базилюка, В. Бойка, О. Гудзинського, В. Гейця, О. Дація, Л. Довганя, Л. Євчук, А. Мазура, М. Маліка, П. Саблука, О. Шпичака, З. Шершньової та ін. Проте, в економічній літературі серед науковців немає єдиного підходу що до ідентифікації основних факторів впливу на ефективність реалізації конкурентних стратегій, що підтверджує актуальність обраної теми.

Постановка завдання. Проведення аналізу факторів впливу на ефективність реалізації конкурентних стратегій аграрних підприємств з метою виявлення організаційно-економічних резервів підвищення ефективності функціонування аграрних підприємств, забезпечення їх конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомим є той факт, ефективність реалізації конкурентних стратегій аграрних підприємств визначається багатьма факторами, що різняться як за природою, так і характером та ступенем дії. Різноманітність факторів впливу на рівень ефективності реалізації конкурентних стратегій, відсутність їх оцінки та прогнозування досить часто супроводжуються негативними наслідками, що пов'язані із руйнуванням виробничо-економічної системи.

Проведені дослідження свідчать, що ринкові умови господарювання та можливість ведення конкурентної боротьби за завоювання лідируючих позицій на ринку забезпечили приріст виробництва валової продукції та підвищення ефективності функціонування сільськогосподарських товаровиробників. Так, у 2010 р. результатом виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції аграрними підприємствами Полтавської області стало отримання 1062,2 млн. грн. прибутку, в той час коли в 2006 р. збиток даної галузі становив 6,1 млн. грн. Загальний приріст виробництва сільськогосподарської продукції у порівняльних цінах 2005 р. склав 2,6 відсотка.

Проведені дослідження дали змогу встановити, що в основу конкурентної стратегії покладено динамічність. Тому для оцінки досягнутого підприємством рівня переваги над конкурентами важливим індикатором є потенціал конкурентоспроможності аграрних підприємств, що включає у себе сукупність наявних у підприємства факторів успіху, ключових компетенцій та конкурентних переваг. Ключовими факторами успіху є ефективність використання ресурсного потенціалу та досвід ведення конкурентної боротьби, які можуть вплинути на формування довгострокової конкурентної переваги підприємства.

Виявлено високий рівень інтенсивності конкуренції на локальному ринку сільськогосподарської продукції Хорольського району Полтавської області (розрахований індекс Херфіндала-Хіршмана становить 0,087). Дана ситуація склалася через те, що більшість підприємств займають незначні частки ринку (0,01–0,02), у той час як існує декілька лідерів ринку (0,10–0,16), які забезпечують своїм виробництвом основний обсяг попиту. Так, у лідерів ринку зосереджено 21,3 % основного товарного виробництва зернових та зернобобових, 12,2 % – соняшника, 70,6 % – сої, 33,1 % – молока, 28,4 % – м'яса великої рогатої худоби та 50,2 % – м'яса свиней.

В табл. 1 представлено результати проведеної діагности рівня конкурентоспроможності потенціалу досліджуваних підприємств згрупованих у відповідності до їх конкурентної позиції на досліджуваному ринку (1 група – лідери, 2 група – сильна конкурентна позиція, 3 група – слабка конкурентна позиція, 4 група – аутсайдири).

Таблиця 1

**Динаміка інтегрованого коефіцієнта конкурентоспроможності
потенціалу аграрних підприємств Хорольського району
Полтавської області, 2008-2010 рр.**

Конкурентна група	Найменування підприємства	Інтегрований коефіцієнт конкурентоспроможності потенціалу підприємств		Відхилення	Групи підприємств за рівнем коефіцієнта					
					15-12	11-8	7-5	15-12	11-8	7-5
		2008 р.	2010 р.		(+;-)	2009 р.			2010 р.	
1 група	ТОВ «Оріон Молоко»	10,5	11,1	0,6		+			+	
	СВК «Перемога»	11,9	12,5	0,6	+			+		
2 група	ДП «ДГ ім. 9 Січня НААН»	7,0	8,2	1,2			+		+	
	СВК «Багачанський»	12,5	11,3	-1,2	+				+	
	СВК ім. Ватутіна	7,1	8,5	1,4			+		+	
	СВК «Хильківський»	8,1	11,4	3,3		+			+	
	СВК «Андріївський»	7,0	6,5	-0,5			+			+
	ТОВ «Зоря»	9,9	9,0	-0,9		+			+	
	СТОВ «Мусіївське»	8,5	12,0	3,6		+		+		
3 група	СТОВ «Тарасівське»	7,2	9,5	2,3		+			+	
	ТОВ АК «Перше травня»	9,3	9,5	0,2		+			+	
	СВК «Трубайцівський»	10,0	8,0	-2,0		+			+	
	СТОВ «Ковалі»	10,2	12,5	2,2		+		+		
	ВАТ «Відродження»	10,2	5,8	-4,4		+				+
4 група	ТОВ«Червона зірка»	9,2	10,9	1,7		+			+	
	ТОВ «Ольвія»	10,5	10,8	0,3		+			+	
	ТОВ «Хорол Агро»	-	10,0	-					+	
	СВК «Колос»	6,6	6,4	-0,2			+			+
	ПОП «Єдність»	8,2	7,0	-1,0		+				+
	ТОВ «ГАЯ-Агро»	9,3	8,8	-0,5		+			+	

Джерело: власні дослідження та первинні матеріали господарств

Проведені розрахунки свідчать про те, що із 20 аграрних підприємств що функціонують на досліджуваному ринку, 4 знаходяться в групі ризику і мають незадовільний рівень конкурентоспроможності потенціалу, 3 підприємства є лідерами та мають високі показники за всіма критеріями конкурентоспроможності потенціалу. Інші 13 аграрних підприємств знаходяться в достатній групі за рівнем інтегрованого коефіцієнта конкурентоспроможності їх потенціалу.

Сполучена конкурентна карта регіонального аграрного ринку Хорольського району Полтавської області (рис. 1), яка побудована з урахуванням рівня потенціалу конкурентоспроможності та конкурентної позиції на досліджуваному ринку, свідчить, що беззаперечними лідерами досліджуваного ринку є СВК «Перемога» та ТОВ «Оріон Молоко», яким у 2010 р. у порівнянні із 2008 р. вдалося збільшити ринкові частки з одночасним ростом рівня потенціалу їх конкурентоспроможності.

Рівень потенціалу конкурентоспроможності підприємств				
Конкурентна позиція за ринковою часткою	Лідери ринку	Високий (12–15 балів)	Достатній (8–11 балів)	Незадовільний (5–7 балів)
		1 СВК «Перемога» →↑	2 ТОВ «Оріон Молоко» →↑	3
	Сильна конкурентна позиція на ринку	4 СТОВ «Мусіївське» ←↑	5 ДП «ДГ ім. 9 Січня НААН» →↑ СВК «Багачанський» ↓ СВК ім. Ватутіна ↑ СВК «Хильківський» ↑ ТОВ «Зоря» ←↓	6 СВК «Андріївський» ←↓
	Слабка конкурентна позиція на ринку	7 СТОВ «Ковалі» ↑	8 СТОВ «Тарасівське» → ТОВ АК «Перше травня» СВК «Трубайцівський»	9 ВАТ «Відродження» ←↓
	Аутсайтери ринку	10	11 ТОВ «Червона зірка» → ТОВ «Ольвія» ТОВ «Хорол Агро» ТОВ «ГАЯ-Агро» ←	12 СВК «Колос» ←↓ ПОП «Єдність» ↓

Умовні позначення:

- зменшення та збільшення ринкової частки в 2010 р. порівняно із 2008 р. – ←, →;
- погіршення та поліпшення рівня потенціалу конкурентоспроможності підприємства в 2010 р. у порівнянні з 2008 р. – ↓, ↑.

Рис. 1. Сполучена конкурентна карта регіонального аграрного ринку Хорольського району Полтавської області, 2008–2010 рр.

Проведене групування 50-ти аграрних підприємств Полтавської області за рівнем інтегрованого показника потенціалу їх конкурентоспроможності (табл. 2) свідчить, що зростання факторного показника у V-й групі (у 2,0 ра-

зи), порівняно із підприємствами І-ї групи, зумовлює зростання доходу від реалізації продукції на 23386,5 тис. грн. (більше ніж у 3,5 рази), збільшення виробництва валової продукції в порівняльних цінах 2005 р. на 1,1 тис. грн. у розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь (або на 78,6 %), зменшення коефіцієнта ефективності витрат на 0,300 (або на 33,7 %), зростання прибутку на 11061,5 тис. грн. (у 3,5 рази) та зростання рентабельності виробництва на 72,8 % (із -14,4 % до 58,4 відсотка).

Практика провідних сільськогосподарських підприємств, свідчить, що в нинішніх умовах господарювання конкурентоспроможними в першу чергу є маркетингово-орієнтовані підприємства. Саме орієнтація на маркетинг забезпечує стійкий стан підприємства на ринку. Маркетинг є одним із головних ключових елементів, що впливає на ефективність реалізації конкурентних стратегій аграрних підприємств.

Таблиця 2

Вплив рівня інтегрованого показника потенціалу конкурентоспроможності на економічну ефективність діяльності досліджуваних підприємств Полтавської області (в середньому за 2008–2010 рр.)

Показник	Групи підприємств за рівнем інтегрованого показника потенціалу конкурентоспроможності					Відхилення (+,-) V групи до I
	I – до 7,0	II – 7,1–8,7	III – 8,8–10,4	IV – 10,5–12,1	V – понад 12,2	
Кількість підприємств	7	9	17	10	7	x
Інтегрований показник потенціалу конкурентоспроможності підприємств, балів	6,4	8,2	9,5	11,5	12,8	6,4
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	9184,4	10725,7	11631,8	19009,4	32570,9	23386,5
Виробництво валової продукції (в порівняльних цінах 2005 р.) на 1 га сільськогосподарських угідь, тис. грн.	1,4	1,6	1,8	2,0	2,5	1,1
Коефіцієнт ефективності витрат	0,996	0,876	0,882	0,757	0,660	-0,300
Прибуток (+), збиток (-) усього, тис. грн.	-2453,0	395,3	1282,1	4597,5	8608,5	11061,5
Рівень рентабельності (+), збитковості (-) сільськогосподарського виробництва, %	-14,4	8,6	16,6	41,2	58,4	72,8

Джерело: власні дослідження та первинні матеріали господарств

Дослідження показують, що ігнорування маркетингу на підприємстві, де дійсно він є необхідним, призводить до зниження саме тих показників, які забезпечують успіх підприємству - ефективності робочого процесу та його конкурентоспроможності [2].

Для з'ясування залежності показників економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств, та відповідно ефективності засто-

сування конкурентних стратегій в залежності від рівня частки витрат на збут в структурі операційних витрат, нами застосований метод статистичного групування – табл. 3.

Таблиця 3

Вплив рівня витрат на збут на економічну ефективність діяльності досліджуваних підприємств Полтавської області (в середньому за 2008–2010 рр.)

Показники	Групи підприємств за рівнем частки витрат на збут в структурі операційних витрат					Відхилення (+,-) V групи до I
	I – до 1,7	II – 1,8 – 3,5	III – 3,6 – 5,3	IV – 5,4 – 7,1	V – понад 7,1	
Кількість підприємств	15	14	11	6	4	x
Частка витрат на збут в структурі операційних витрат, %	0,7	2,1	3,9	5,6	8,1	7,4
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	8481,7	11537,4	18366,1	21977,0	38503,5	30021,8
Виробництво валової продукції (в порівняльних цінах 2005 р.) на 1 га сільськогосподарських угідь, тис. грн.	1,4	1,9	2,0	2,1	2,7	1,3
Коефіцієнт ефективності витрат	0,947	0,874	0,776	0,761	0,615	-0,3
Прибуток (+), збиток (-) усього, тис. грн.	-1034,5	1331,4	3442,1	4688,6	11326,5	12361,0
Рівень рентабельності (+), збитковості (-) сільськогосподарського виробництва, %	-3,2	20,3	29,8	34,6	76,9	80,1

Джерело: власні дослідження та первинні матеріали господарств

В основному до складу витрат на збут аграрних підприємств відносяться витрати пов'язані з комісійними винагородами продавців, торгових агентів та працівникам підрозділів що забезпечують збут, витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг), витрати на передпродажну підготовку продукції, витрати на транспортування та страхування готової продукції. Дані витрати дають можливість підприємству вчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища ринку та реалізовувати свою продукцію на найбільш вигідних умовах з можливістю забезпечення максимальної прибутковості своєї діяльності та відповідно конкурентоспроможності на локальному ринку сільськогосподарської продукції.

Визначення впливу частки витрат на збут у структурі операційних витрат на ефективність діяльності аграрних підприємств Полтавської області свідчить, що зростання частки витрат на збут у досліджуваних аграрних підприємствах V-ї групи (у 11,6 разів), порівняно з підприємствами I-ої групи, зумовлює зростання доходу від реалізації продукції на 30021,8 тис. грн. (із 8481,7 тис. грн. до 38503,5 тис. грн.), збільшення виробництва валової

продукції в порівняльних цінах 2005 р. на 1,3 тис. грн. у розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь (із 1,4 тис. грн./га до 2,7 тис. грн./га), зменшення коефіцієнта ефективності витрат на 0,300 (із 0,947 до 0,615), зростання прибутку на 12301,0 тис. грн. (із -1034,5 до 11326,5 тис. грн.) та зростання рентабельності виробництва на 80,1 % (із -3,2 % до 76,9 %).

Отже, цілком закономірним є те, що зростання витрат на збут, як правило, за рахунок зростання витрат на рекламу, дослідження ринку, комісійних винагород продавцям, торговим агентам і працівникам підрозділів, що забезпечують збут та страхування готової продукції, забезпечує зростання економічної ефективності діяльності аграрних підприємств, сприяє підвищенню рівня потенціалу їх конкурентоспроможності та ефективності конкурентних стратегій.

Отже, маркетингова діяльність, виважені рішення керівників щодо планування, виробництва, зберігання та реалізації сільськогосподарської продукції є головною складовою на шляху забезпечення як ефективності реалізації конкурентних стратегій так і іміджу на ринку самого підприємства. Ефективність реалізації конкурентних стратегій аграрних підприємств в першу чергу передбачає економічну та фінансову стабільність на підприємстві, високий ступінь адаптованості до змін зовнішнього середовища, з максимальною користю для себе та відображає позицію даного підприємства у відношенні до інших конкурентів – аналогічних учасників ринкових відносин. Орієнтація на споживача, якість, виробнича, фінансова, маркетингова та економічна ефективність, ведення справедливої та чесної конкурентної боротьби є тими характеристиками, які допоможуть забезпечити високу ефективність реалізації конкурентних стратегій та стійку позицію на ринку в довгостроковій перспективі.

Висновки. Таким чином, основними причинами низького рівня ефективності конкурентних стратегій досліджуваних аграрних підприємств є недостатній рівень використання інструментів маркетингу, неефективний менеджмент, що є девіантним явищем у розрізі високого рівня виробничого потенціалу й фінансової стійкості та низький рівень конкурентоспроможності товару, зумовлений незадовільною якістю виробленої продукції. Винятком є лише лідери ринку, що реалізують високоякісну продукцію за цінами, вищими від середньорайонних, отримуючи у результаті високі показники ефективності виробництва і домінуючі позиції на регіональному ринку.

Досліджені аспекти впливу факторів на ефективність реалізації конкурентних стратегій аграрних підприємств діють не ізольовано, не окремо, а системно та узгоджено. Ефективність та інтенсивність дії кожного окремо взятого чинника посилює вплив на ефективність реалізації конкурентних стратегій внаслідок їхньої взаємодії.

Література:

1. Євчук Л.А. Стратегічний менеджмент як механізм забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Л.А. Євчук // Економіка АПК. – 2011. – №9. – С. 103–107.
2. Сардак С. Формы применения маркетинга на предприятиях / С. Сардак // Маркетинг и реклама. – 2005. – №11. – С. 17–20.
3. Статистичний щорічник Полтавської області за 2010 рік. – Полтава : Головне управління статистики у Полтавській області. – 2010. – 270 с.