

## УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ СТІЙКІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Лебедева В.В., к.е.н, доцент*

*Одеський національний політехнічний університет*

*У праці проаналізовано вітчизняний досвід щодо визначення фінансової стійкості підприємства, вивчено систему факторів впливу на формування фінансової стійкості та сформовано підхід до визначення та забезпечення фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах мінливого ринкового середовища.*

*This article analyzes the world's and domestic's experience of a definition the essence of a financial stability of the enterprise, examines the system of factors influencing the formation of financial stability and formed the approach to defining and securing the financial stability of companies in a volatile market today.*

**Постановка проблеми.** Незважаючи на досить широкий спектр досліджень проблем та механізмів забезпечення конкурентоспроможності національної економіки та її галузей, і, зокрема, підприємств аграрного виробництва, всі вони, здебільшого, мають загальнонауковий, методологічний характер. Поза увагою більшості робіт залишилися методичні питання щодо формування механізмів конкурентоспроможності вітчизняних галузей та підгалузей, дослідження можливостей їх широкого виходу на світовий ринок, обґрунтування шляхів зайняття ними більш ефективних конкурентних позицій, можливих конкурентних переваг та напрямів їх посилення. Розуміння значимості вирішення проблем конкурентоспроможності та необхідності наукового обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств визначило вибір напрямку дослідження та її актуальність [1,5].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми конкурентоспроможності аграрної сфери досліджувались у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, серед яких: В.Г.Андрійчук, О.І.Бланк, В.Борисова, С.С.Гаркавенко, П.К.Бечко, О.С. Дуброва, М.Я.Дем'яненко, І.Ю.Гришова, М.С.Заюкова, І.Крамаренко, Ф.Котлер, А.Б.Кулешова, А.Н.Литвиненко, М.Й. Малік, О.О.Непочатенко, С.В.Мочерний, Л.А.Лахтіонова, А.Ю.Присяжнюк, І.Н.Топіха, П.Т.Саблук, Р.А.Фатхутдінов, А.Чупіс, Н.С.Танклевська, Т.А.Чернявська та ін [1-9].

Фактично на сьогодні немає прикладних моделей системи управління конкурентоспроможністю малих та середніх підприємств АПК України. Потребують подальшого наукового обґрунтування проблеми розвитку факторного аналізу рівня конкурентоспроможності українських товаровиробників та їх науково-технічного, інвестиційного і інноваційного супроводження. Аби не тільки зберегти, але й забезпечити подальший розвиток та високу конкурентоспроможність аграрних підприємств України та Одеської області зокрема, необхідні нові організаційні умови та нові методичні підходи щодо формування системи управління конкурентоспроможністю цих підприємств з використанням найновіших розробок у цій сфері.

**Постановка завдання.** На основі аналізу конкурентної стійкості аграрних підприємств Одеської області визначити комплексні заходи підвищення конкурентної стійкості аграрних підприємств.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Цінність для споживача створюється в основних процесах, що представляють послідовний технологічний ланцюг виробництва продукції та її реалізації і підвищення доданої цінності послуг з кожного елементу технологічного циклу полягає в тому, що цінністю для споживача володіють ті функції основних процесів, виконання яких створює споживчі властивості товару. Економічна ефективність, оцінена відношенням доданої цінності до доданої вартості, відображає основу конкурентної стійкості.

Поняття «стратегічна стійкість» глибше розкриває здатність підприємства не тільки зберігати поточну економічну стійкість за наявності дестабілізуючих факторів, але й досягати стратегічних цілей розвитку [5]. На наш погляд, включення в модель управління конкурентною стійкістю доданої цінності дозволяє агрегувати процес створення цінності для клієнта з генеральною метою аграрного підприємства. Ланцюжок створення цінності для підприємств аграрного виробництва складається з наступних елементів: маркетингові дослідження і збут, розробка і впровадження нових продуктів і підвищення якості обслуговування клієнтів [2]. Для реалізації генеральної мети ідентифікуються сукупність  $n$  елементів ланцюжка. В даному випадку використовуються 4 елемента (рис. 1).



Рис. 1. Елементи ланцюжка створення цінності та їх вплив на мету переробних підприємств аграрного сектора

*Джерело: дослідження автора*

Представлені на рис. 1 елементи  $Xf_i$  є елементами ланцюжка створення цінності й визначають технологічний ланцюг створення вартості продукту. Недостатньо дослідженими при вивченні стратегічної стійкості залишаються проблеми впливу ризиків, особливо, фінансових на забезпечення фінансової стійкості підприємства, що, безумовно, є стратегічним важелем управління підприємством. Отже, особливе значення в сучасних умовах повинно приділятися забезпеченню фінансової стійкості, що можливо за умов впровадження стратегічних підходів до управління підприємством.

Ланцюг елементів має послідовний характер впливу і утворює систему реалізації ланцюжка створення цінності для клієнта, що створюється на підприємства, з мірою впливу  $x_i$  на генеральну мету  $Y$ .

Створення цінності кожним елементом  $X_i$  визначиться цінністю для клієнта. Для розрахунку економічної ефективності з врахуванням елементів ланцюжка створення цінності пропонуємо наступне вираження:

$$k_{EE} = V / \sum x_i, \quad (1)$$

де  $k_{EE}$  – коефіцієнт економічної ефективності;

$x_i$  – значення елемента ланцюжка створення цінності;

$V$  – сукупна додана цінність.

Система оцінки конкурентної стійкості полягає в оцінці економічної ефективності і визначенні впливу доданої цінності на функцію попиту. Це реалізується при визначенні вмісту долі створеної доданої цінності у величині доходу підприємства.

Значення елементів ланцюжка створення цінності і коефіцієнтів їх впливу  $x_i$  на генеральну мету описуються лінійною моделлю регресійного рівняння, де  $Y$  – генеральна мета,  $a$  – коефіцієнт, що відображає міру впливу елемента ланцюжка створення цінності на генеральну мету.

Для оцінки економічної ефективності діяльності підприємств аграрної сфери необхідно визначити міру впливу елементів ланцюжка створення цінності на мету підприємства.

В цілях визначення комплексних заходів підвищення конкурентної стійкості необхідно побудувати рівняння регресії, де як чинники виступають елементи ланцюжка створення цінності, а залежною змінною є вартість бізнесу:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4, \quad (2)$$

де  $Y$  – мета підприємств агропромислового виробництва;

$a$  – постійний коефіцієнт у формулі;

$b_i$  – коефіцієнт, що відображає ступінь впливу  $i$ -го елемента ланцюжка створення цінності на мету;

$x_i$  – значення елемента ланцюжка створення цінності аграрних підприємств.

Результат розрахунків коефіцієнта економічної ефективності з даними по чотирьох аграрних підприємствах Одеської області представлений в табл. 1-3, в яких також наведені значення частки доданої цінності в доході підприємств.

Для ПАТ «Долинка» рівняння регресії має наступний вигляд:

$$Y = 9196,7358 + 11,507258x_1 + 109,27391x_2 + 83,409146x_3 + 32,435708x_4 \quad (3)$$

При збільшенні доданої цінності на 1 тис. грн. елемент „Маркетингові дослідження” збільшить вартість підприємства на 11,51 грн., елемент „Витрати на збут” збільшить на 109,27 грн., „Розробка та впровадження нових послуг” збільшить на 83,41 грн., „Підвищення якості обслуговування клієнтів” збільшить на 32,44 грн. Для аналізованої сукупності коефіцієнт детермінації склав 0,90, що свідчить про тісний зв'язок між явищами.

Для ППСП „Біла Акація” рівняння регресії має наступний вигляд:

$$Y = 2124,11 + 198,18x_1 + 575,41x_2 - 1698,54x_3 + 105,02x_4 \quad (4)$$

Таблиця 1

**Розрахунок показників економічної ефективності діяльності підприємства ПАТ «Долинка» Одеської області**

Дані по елементах ланцюжка створення цінності (ЕЛСЦ)	Роки				
	2006	2007	2008	2009	2010
1. Витрати на маркетингові дослідження, тис. грн.	280,0	220,0	680,0	890,0	930,0
2. Витрати на збут, тис. грн.	12,4	17,8	88,3	137,1	140,0
3. Розробка та впровадження нових послуг, тис. грн.	0,0	0,0	0,0	8,8	9,0
4. Підвищення якості обслуговування клієнтів, тис. грн.	0,0	50,0	90,0	100,0	120,0
5. Сукупна додана цінність, тис. грн.	292,4	287,8	878,3	1135,9	1199,0
6. Додана вартість, тис.грн.	2012,0	2018,2	2336,4	2140,6	2412,8
7. Доход від реалізації, тис. грн.	7329,7	10232,0	13939,9	17914,3	18436,3
8. Доля доданої цінності у обсязі послуг	0,040	0,028	0,063	0,063	0,065
9. Коефіцієнт економічної ефективності	0,145	0,143	0,376	0,393	0,497

Таблиця 2

**Розрахунок показників економічної ефективності діяльності підприємства ППСП „Біла Акація” Одеської області**

Дані по елементах ланцюжка створення цінності (ЕЛСЦ)	Роки				
	2006	2007	2008	2009	2010
1. Витрати на маркетингові дослідження, тис. грн.	20,0	20,0	30,0	42,0	48,0
2. Витрати на збут, тис. грн.	1,2	2,4	2,5	2,9	2,1
3. Розробка нових продуктів і послуг тис. грн.	0,1	0,3	0,2	0,8	0,7
4. Підвищення якості обслуговування клієнтів, тис. грн.	9,0	20,0	30,0	35,0	44,0
5. Сукупна додана цінність, тис. грн.	30,3	41,7	61,7	79,7	94,8
6. Додана вартість, тис.грн.	2923,6	4676,7	7909,7	9767,0	10105,8
7. Доход від реалізації, тис. грн.	3305,3	4811,3	8070,7	10185,0	12028,8
8. Доля доданої цінності у обсязі послуг	0,402	0,612	0,636	0,273	0,277
9. Коефіцієнт економічної ефективності	0,010	0,010	0,007	0,008	0,009

При збільшенні доданої цінності на 1 тис. грн. елемент „Маркетингові дослідження” збільшить вартість підприємства на 198,18 грн., елемент „Витрати на збут” збільшить на 575,41 грн., елемент „Розробка та впровадження нових послуг” зменшить вартість підприємства на 16983,54 грн., елемент „Підвищення якості обслуговування клієнтів” збільшить на 105,02 грн. Для аналізованої сукупності коефіцієнт детермінації склав 0,91, що свідчить про свідчить про тісний зв'язок між явищами.

Для ТОВ „Золота нива” рівняння регресії має наступний вигляд:

$$Y = - 173478,45 + 305,93x_1 + 26,45x_2 - 917,71x_3 - 213,52x_4 \quad (5)$$

**Розрахунок показників економічної ефективності діяльності  
підприємства ТОВ „Золота нива” Одеської області**

Дані по елементах ланцюжка створення цінності (ЕЛСЦ)	Роки				
	2006	2007	2008	2009	2010
1. Витрати на маркетингові дослідження, тис. грн.	30,0	43,0	38,0	42,0	46,0
2. Витрати на збут, тис. грн.	6,4	6,7	6,9	7,1	7,4
3. Розробка нових послуг тис. грн.	0,0	0,0	0,0	5,8	9,0
4. Підвищення якості продукції, тис. грн.	0,0	50,0	67,0	66,0	65,0
5. Сукупна додана цінність, тис. грн.	36,4	99,7	111,9	120,9	127,4
6. Додана вартість, тис. грн.	2104,4	2086,0	2069,1	2962,8	2892,2
7. Доход від реалізації, тис. грн.	3113,6	3344,5	4331,4	5680,7	4785,8
8. Доля доданої цінності у обсязі послуг	0,432	0,430	0,418	0,376	0,375
9. Коефіцієнт економічної ефективності	0,017	0,048	0,054	0,041	0,044

При збільшенні доданої цінності на 1 тис. грн. елемент „Маркетингові дослідження” збільшить вартість підприємства на 305,93 грн., елемент „Витрати на збут” збільшить на 26,45 грн., „Розробка та впровадження нових послуг” зменшить на 917,71 грн., „Підвищення якості продукції” зменшить на 213,52 грн.

Для аналізованої сукупності коефіцієнт детермінації склав 0,99, що свідчить про тісний зв'язок між явищами.

Для ТОВ „Примор'я” рівняння регресії має наступний вигляд:

$$Y = - 29967,11 + 9,47x_1 + 7691,43x_2 - 704,90x_3 - 6,89x_4 \quad (6)$$

Таблиця 4

**Розрахунок показників економічної ефективності діяльності  
підприємства ТОВ „Примор'я” Одеської області**

Дані по елементах ланцюжка створення цінності (ЕЛСЦ)	Роки				
	2005	2006	2007	2008	2009
1. Витрати на маркетингові дослідження, тис. грн.	230,0	200,0	480,0	590,0	830,0
2. Витрати на збут, тис. грн.	4,4	4,5	4,8	5,1	5,4
3. Розробка нових послуг тис. грн.	2,0	2,3	4,2	7,8	9,0
4. Підвищення якості обслуговування клієнтів, тис. грн.	9,0	50,0	190,0	100,0	550,0
5. Сукупна додана цінність, тис. грн.	245,4	256,8	679,0	702,9	2097,3
6. Додана вартість, тис. грн.	1641,7	1951,7	2335,1	2966,0	2879,3
7. Доход від реалізації, тис. грн.	4581,5	4572,4	7227,0	8659,0	9291,0
8. Доля доданої цінності у обсязі послуг	0,103	0,039	0,104	0,105	0,120
9. Коефіцієнт економічної ефективності	0,149	0,1114	0,4734	0,3925	0,3754

При збільшенні доданої цінності на 1 тис. грн. елемент „Маркетингові дослідження” збільшить вартість підприємства на 9,47 грн., елемент „Витрати на збут” збільшить на 7691,43 грн., елемент „Розробка та впровадження нових послуг” зменшить на 704,90 грн., елемент „Підвищення якості обслуговування клієнтів” зменшить на 6,89 грн.

Для аналізованої сукупності коефіцієнт детермінації склав 0,99 – що свідчить про тісний зв'язок між явищами.

**Висновки.** Конкуренція виступає важливою рушійною силою розвитку економічної системи, складовою частиною її господарського механізму. Для формування якісної конкурентної боротьби між підприємствами виникає потреба в проведенні маркетингових досліджень. Конкуренція стає економічною основою, яка потребує чіткого регулювання з боку держави, що мусить відображатись в законодавчих документах.

Під конкурентоспроможністю продукції слід розуміти комплекс основних властивостей, що відрізняють її від товару – аналогу. Частина продукції агропромислового комплексу, враховуючи її якісні властивості, відноситься до ринку монополістичної конкуренції, що дає можливість застосовувати маркетингові дослідження, регулювати політику ціноутворення і стимулювати збут продукції [3].

Запропонований нами підхід дозволяє поєднати стратегічне управління з метою аграрного підприємства та з технологічним циклом створення продукту. Результатами впроваджених елементів стратегії аграрних підприємств є зміна орієнтованості менеджменту підприємств на цінність і акцентування уваги на процесах тих, що її створюють.

#### **Література:**

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. / Д. Аакер 7-е изд.; Питер. : 2007. – 496 с.
2. Бланк И.А. Антикризисное финансовое управление предприятием. / И.А. Бланк – К. : „Ника-Центр”, 2006.– 672 с.
3. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. / А.В. Войчак – К. : КНЕУ, 1996. – 254 с.
4. Галицький О.М. Комплексний підхід до оцінки фінансового стану м'ясопереробних підприємств в контексті управління оборотним капіталом./ О.М. Галицький// Інноваційна економіка №3(29), 2012. - С.81-86
5. Заюкова М.С. Теорія фінансової стійкості підприємства / М.С. Заюкова., О.В. Мороз, О.О. Мороз та ін.; за ред. М.С. Заюкової. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2004. – 155 с.
6. Лахтіонова Л.А. Економічна категорія "фінансова стійкість" в сучасному фінансовому аналізі підприємницької діяльності / Л.А. Лахтіонова // Наук. пр. Кіровоград. нац. техн. ун-ту. екон. науки: Зб. наук. праць. – 2009. – Вип. 6, ч. II. – С. 327-338.
7. Дуброва О.С. Стратегічна стійкість підприємства: складові та напрями її забезпечення / О.С. Дуброва // Вісник Хмельницького нац. уні-ту – 2010. – №1. – Т.1. – С. 15–19.

*Рецензент: д.е.н., професор Філіпова С.В.*