

УДК 330.322:657

## ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

Демчук О.М.

Таврійський державний агротехнологічний університет

Проаналізовано сучасний стан діяльності сільськогосподарських підприємств в сфері виробництва, переробки та реалізації продукції, досліджено відображення витрат в бухгалтерському обліку, розглянуті методичні підходи щодо підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств та удосконалено методичні підходи щодо аналізу ефективності реалізації продукції аграрними підприємствами через введення показника частки витрат на збут у розрахунку на одиницю продукції

**Ключові слова:** аграрне підприємство, методика, методичний підхід, ринок, збут, суб'єкти господарювання, конкурентні позиції.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах керівники вітчизняних сільськогосподарських підприємств вирішують значну кількість завдань, одним із основних серед яких є збереження і подальший прогресивний розвиток бізнесу в умовах динамічного інституційного середовища. За таких умов, що характеризуються виникненням конкурентної системи відносин в аграрній сфері, необхідним є забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на ринку, що дозволить забезпечити оперативну і адекватну реакцію на зростаючі інституційні запити.

Вирішення цього завдання напряму залежить від налагодження на сільськогосподарських підприємствах дієвої і ефективної системи стратегічного управління, яка дозволить визначити шляхи і засоби досягнення сталих конкурентних переваг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню загальнометодичних аспектів оцінки ефективності аграрних підприємств присвячено багато праць, зокрема таких вітчизняних учених, як: О. Воронін, Т. Голубева, Ф. Зінов'єв, І. Колос, А. Турило, С. Ліновицька, Л. Лігоненко, І. Макарєнко, М. Малік, П. Саблук. Питання методичного забезпечення оцінки економічної ефективності діяльності підприємств різних галузей АПК вивчають Н. Аверчева, Д. Аранчій, А. Бутенко, І. Воловик, Г. Карпінська, А. Гончарук, В. Дієсперов, А. Дорошенко, Д. Легеза, Н. Лавренюк, Л. Михайлова, О. Русак, О. Шинкаренко, О. Шпичак.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Відсутність інноваційних технологій у переробці молока, підтримки державою розвитку сировинної бази в регіонах, дотримання вимог до якості готової продукції та ефективних комунікативних систем між виробником і споживачем загострює проблему повної взаємодії попиту та пропозиції на ринку молока. Саме врахування впливу факторів маркетингового середовища на мікро- та макrorівні має бути покладено в основу подальшої стратегії розвитку аграрних підприємств та прогнозування їхніх ризиків на ринку за умов поглиблення євроінтеграції.

**Мета статті.** Основною метою даної статті є дослідження формування обліково-аналітичного забезпечення управління в сільськогосподарських підприємствах та реалізація на практиці.

**Виклад основного матеріалу.** Молокопродуктовий підкомплекс є одним із провідних і найбільш значущих структурних одиниць зважаючи на розвиток його продовольчого напрямку функціонування й досягнення економічних і соціальних ефектів. Суб'єкти господарювання досліджуваного нами підкомплексу, відіграють визначальну економічну й соціальну роль у системі забезпечення населення основними продовольчими продуктами масового попиту та повноцінного харчування. Від його розвитку залежить прибутковість функціонування дрібних приватних господарств, рівень зайнятості населення у сільській місцевості та його добробуту.

Стабільний розвиток молокопродуктового підкомплексу суттєво впливає на функціонування інших галузей агропромислового комплексу, зокрема, на сільське господарство, харчову та легку промисловість. Ведення молочного скотарства, вирощування кормових культур лежать в основі функціонування молокопродуктового підкомплексу, ефективність діяльності якого стимулює розвиток відповідних напрямів тваринництва та кормовиробництва. Постачання якісної сировини сільськогосподарськими підприємствами молокопродуктового підкомплексу для виробництва продовольчої та непродовольчої продукції забезпечує відтворення виробничого процесу в харчовій та легкій промисловості.

Зменшення поголів'я великої рогатої худоби у більшості регіонів країни призводить до зниження показників діяльності скотарських підприємств, виникнення проблем щодо відтворення маточного стада, неповного або ж непродуктивного використання виробничих потужностей підприємств-виробників молочної продукції, що негативно позначається на ефективності їхньої діяльності. Це вимагає внесення аграрними підприємствами з виробництва молока деяких технологічних коректив у виробничий процес для досягнення бажаного рівня ефективності виробництва й економічної ефективності функціонування загалом, що відображається на якісно-цінових характеристиках готової продукції, рівні її конкурентоспроможності.

У сучасних умовах господарювання ефективність функціонування підприємств молокопродуктового підкомплексу залежить також від налагодженості міжгалузевих господарських зв'язків та активізації та подальшого розвитку стійких економічних відносин між його

суб'єктами, а саме переробними та сільськогосподарськими підприємствами. У результаті реформування цієї сфери соціально-економічних відносин створено ряд виробничих структур нових організаційно-правових формуваль, у тому числі на засадах приватної власності. Це потребує внесення відповідних змін в організацію виробництва та переробку молока, а також збуту готової продукції на внутрішніх та зовнішніх ринках, для підвищення економічної ефективності виробництва й реалізації продукції.

Розвиток ринкових механізмів господарювання передбачає встановлення ділових контактів і розширення господарських відносин серед виробників молочної продукції та інших суб'єктів аграрного ринку на основі розбудови споживчого ланцюга «товаровиробники – переробні підприємства – торговельні підприємства – оптові та роздрібні покупці – кінцеві споживачі продукції». Досягнення соціально-економічної узгодженості в розвитку господарських зв'язків між суб'єктами споживчого ланцюга в молокопродуктовому підкомплексі, підвищення ефективності їх діяльності є можливим на засадах посилення та поглиблення виробничої кооперації у цій сфері відносин, налагодження взаємодії з сектором домашніх господарств, що формують попит на готову продукцію підкомплексу.

В сучасних ринкових умовах, коли економіка країни зорієнтована на поглиблення євроінтеграційних відносин, недоцільно розділяти процес виробництва, переробки та реалізації молока за видами підприємств, галузями та секторами. Дослідження економічної ефективності діяльності підприємства доцільно розпочати з вивчення теоретичних основ її формування та визначення методичного інструментарію, що забезпечує досягнення встановлених цілей при використанні доступної інформаційної бази. Сукупність певних способів та прийомів поглибленого й ретельного вивчення об'єкта і предмета дослідження, їх поступового або комплексного застосування для досягнення намічених цілей формує методика дослідження.

Зазвичай, методику дослідження розглядають як сукупність певних методів дослідження, а метод дослідження (від гр. *methodos* – напрям дослідження, теорія, вчення) – прийом, спосіб чи образ дії [1, с. 397]. При здійсненні досліджень економічного характеру оперують поняттям «методика економічних розрахунків», що являє собою «сукупність методів і прийомів визначення економічних показників розвитку виробництва на всіх рівнях економіки та визначення ефективності господарських рішень» [1, с. 402].

Поняття «методологія економічних досліджень» за своєю суттю значно ширше ніж поняття «методика», оскільки методологія – це «вчення про структуру, логічну організацію, методи та засоби діяльності» [1, с. 402]. З цього приводу Ф.В. Зинов'єв підкреслює, що основним у методології економічних досліджень є правильний підбір методів аналізу й оцінки з метою найбільш повного розкриття природи та сутності об'єкту, що вивчається. Це твердження є справедливе стосовно з'ясування специфічних методів економічних досліджень, вибір яких залежить від означеної мети дослідження та наявної інформаційної бази даних [2, с. 104].

Методика дослідження економічної ефективності діяльності підприємств передбачає комплексне використання загальнонаукових і специфічних методів дослідження, що дає змогу в першому випадку, опрацювати джерела економічної літератури, систематизувати дані й узагальнити їх, правильно сформулювати висновки, а у другому випадку – виявити певні тенденції розвитку й закономірності, отримати результати, що є науково обґрунтованими та аргументованими. Тому загальнонаукові методи застосовують протягом всього дослідження, а специфічні – на етапі діагностики стану та розвитку об'єкта, проведення економічних розрахунків та на завершальному етапі дослідження [3, с. 35].

На сучасному етапі розвитку економічних процесів доцільним є розкриття сутності об'єкта дослідження з позиції різних рівнів, зокрема, макро- регіонального та галузевого, а також мікрорівня. Так, для повноцінного економічного дослідження необхідно провести оцінку ефективності діяльності й розвитку об'єкта дослідження з позиції різних рівнів управління та встановлення, зокрема, економічної ефективності [4, с. 69], що дає підстави для формування загального й вичерпного уявлення про даний об'єкт.

Поділ на макро та мікрорівень зумовлений можливістю впливу, втручання та управління змінами окремим підприємством. Фактори маркетингового середовища по-різному впливають на ефективність діяльності підприємств залежно від галузі, суб'єктів господарювання та умов ринку. На основі узагальнення автором вітчизняних методик запропоновано методичний підхід щодо кількісного аналізу впливу факторів маркетингового середовища на ефективність переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах.

Методичний підхід передбачає такі етапи [5, с. 79]:

- Наведення переліку факторів, що надають реальний та потенційний вплив на ефективність переробки та реалізації молока у сучасних умовах.

- Групування факторів за ознаками (нормативні, екологічні, природні, конкуренти, споживачі тощо).

- Виявлення характеру впливу факторів (загроза для підприємств або потенційна можливість їх подальшого розвитку).

- Визначення рівня впливу факторів експертним методом (від 1 до 10 балів) на основі опитування керівників аграрних підприємств та суб'єктів ринкової та виробничої інфраструктури.

- Обґрунтування шляхів подолання загроз чи використання існуючих можливостей.

- Визначення рівня вагомості факторів методом їх попарного порівняння окремо на мікро- та макрорівні.

- Виявлення факторів, що здійснюють найбільш позитивний чи негативний вплив на діяльність аграрних підприємств, що займаються переробкою та реалізацією молока.

- Групування напрямів підвищення ефективності за функціональними факторними ознаками.

- Моделювання процесу розвитку аграрного підприємства та підвищення ефективності переробки та реалізації молока.

Методичні основи дослідження економічної ефективності функціонування аграрних підпри-

емств є основною темою багатьох наукових праць. Ряд розробок вітчизняних науковців з цього кола питань націлений на формування авторського бачення методичного підходу до оцінки економічної ефективності аграрних підприємств з переробки та збуту молока, тому, з нашого погляду, доцільним є проведення їх комплексної систематизації.

У результаті опрацювання широкого кола питань сучасного методичного забезпечення оцінки економічної ефективності підприємств, зокрема в системі АПК, автором виділено дві групи методичних підходів: традиційні та нові. Аналіз останніх розробок у цій науковій сфері виявив, що в межах традиційних методичних підходів слід розглядати класичні підходи до оцінки економічної ефективності та такі, що ґрунтуються на використанні концепції основних факторів виробництва.

Класичні методичні підходи передбачають аналіз одержаних результатів діяльності підприємства (у натуральній чи вартісній формі) та їх зіставлення з показниками витрат, при виробництві молока та молочної продукції. При цьому виділяють загальні та додаткові (локальні, часткові показники), що розкривають відношення умовно-кінцевого та кінцевого економічного результату до витрат [6, с. 109].

Варто наголосити, що при дослідженні ефективності більшість авторів використовували показники, що характеризували ефект процесу виробництва та збуту, а в іншому випадку ефективність відображали через процеси інтенсифікації (ефект у розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь, ріллі чи голову худоби).

Вважаємо недоцільним використання таких показників як основних, що відображають ефективний процес виробництва молока. З іншого боку, більшість комплексних оцінок не розкривають повною мірою процес виробництва, а особливо процес реалізації продукції.

На наш погляд, нині переробні підприємства мають технологічні та продуктивні передумови для ефективного виробництва. Водночас постає проблема збуту молока, як продукції, що швидко псується. Тому вкрай необхідно використовувати показники для аналізу та виявлення резервів ефективності реалізації молока. Такими показниками є витрати на збут у розрахунку на 1 т реалізованої продукції, рентабельність продажу, коефіцієнт відношення оптової та роздрібної ціни тощо.

Налагоджене функціонування підприємств в межах інтегрованого об'єднання з виробництва та реалізації молока та молочної продукції сприятиме зниженню цін на дану продукцію на вну-

трішньому ринку та зростанню його насиченості товарами цих груп, підвищенню рівня їх конкурентоспроможності за якісними і ціновими характеристиками. Така ринкова поведінка вітчизняних товаровиробників сприятиме витісненню аналогічної імпортової продукції та посилення власних конкурентних позицій.

З нашої точки зору, оцінювання економічної ефективності з позиції її внутрішніх можливостей слід здійснювати за основними складовими потенціалу аграрного підприємства та які можуть бути реалізовані поетапно у процесі господарювання підприємства, а саме на трьох основних стадіях: виробництва молока, його переробки та реалізації кінцевому споживачеві.

Залежно від типу аграрних підприємств: сільськогосподарські чи переробні, нами запропоновано класифікацію показників, що характеризують ефективність переробки та реалізації продукції

Ці показники застосовуються для всіх типів аграрних підприємств, а саме тих, що: займаються виробництвом та реалізацією молока, виробництвом, переробкою та реалізацією, а також переробкою та реалізацією. Отже, запропонована методика оцінки ефективності переробки та реалізації молока надасть можливість чітко обґрунтувати резерви підвищення ефективності функціональних процесів та порівняти між собою заходи, що пропонуються як для сільськогосподарських так і для переробних підприємств. Така методика поглиблює дослідження ефективності з точки зору комплексності та функціональності.

**Висновки і пропозиції.** Виходячи з вище сказаного, можна зробити висновки про те, що фактори маркетингового середовища по різному впливають на ефективність діяльності підприємств залежно від галузі, суб'єктів господарювання та умов ринку. За результатами дослідження нами запропоновано методичний підхід щодо кількісного аналізу впливу факторів маркетингового середовища на ефективність діяльності аграрних підприємств.

А також удосконалено методичні підходи щодо аналізу ефективності реалізації продукції аграрними підприємствами через введення показника частки витрат на збут у розрахунку на одиницю продукції, який обчислюється як відношення різниці між повною й виробничою собівартістю реалізованої продукції до обсягу реалізації, що поглиблює дослідження ефективності реалізації продукції й визначає рівень логістичної та маркетингової діяльності аграрного підприємства.

## Список літератури:

1. Малый экономический словарь / [авт.-сост. А. Н. Азрилян, О. М. Азрилян, Е. В. Калашникова, О. В. Мещерякова]; под ред. А. Н. Азриляна. – М.: Институт новой экономики, 2000. – 1088 с.
2. Методы исследования экономических процессов: монография / [Ф. В. Зиновьев, И. Ф. Зиновьев, В. Е. Реутов и др.]; под ред. д. э. н., проф. Ф. В. Зиновьева. – Саки: ЧП «Предприятие Феникс», 2010. – 288 с.
3. Безродна Т. М. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством: визначення сутності поняття / Т. М. Безродна // Вісн. Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. Ч. 2. – 2008. – №10(128). – С. 35-38.
4. Ключник А.В. Роль зовнішньоекономічної діяльності у розвитку сільських територій Миколаївської області // Сучасні тенденції розвитку аграрної економіки / Під ред. Ю.О. Нестерчук. – Умань: Соцінський, 2011. – С. 67-71.
5. Іртищева І. О., Сохнич А. Я. Інноваційний розвиток сільських територій: адаптація міжнародного досвіду в національних реаліях: Монографія. – Миколаїв: Дизайн та поліграфія, 2012. – 172 с.
6. Яворов В. В. Планування, облік і контроль як основні функції управління підприємствам [Текст] / В. В. Яворов // Економіка АПК – 2012, № 4. – С. 108-113.

**Демчук Е.Н.**

Таврический государственный агротехнологический университет

## **ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

### **Аннотация**

Проанализировано современное состояние деятельности сельскохозяйственных предприятий в сфере производства, переработки и реализации продукции, исследованы отражения расходов в бухгалтерском учете, рассмотрены методические подходы по повышению эффективности деятельности аграрных предприятий и усовершенствованы методические подходы к анализу эффективности реализации продукции аграрными предприятиями из-за введения показателя доли расходов на сбыт в расчете на единицу продукции

**Ключевые слова:** аграрное предприятие, методика, методический подход, рынок, сбыт, субъекты хозяйствования, конкурентные позиции.

**Demchuck O.M.**

Tavria State Agrotechnological University

## **BASES OF FORMATION OF EFFECTIVE ACTIVITY AGRICULTURAL ENTERPRISES: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS**

### **Summary**

The current state of agricultural enterprises in the production, processing and marketing of products investigated reflect the costs in accounting, discussed methodological approaches for improving the efficiency of agricultural enterprises and improved methodological approaches to the analysis of the efficiency of agricultural enterprises of sales due to the introduction of index share on the marketing costs per unit of output

**Keywords:** agricultural company, method, methodical approach, market sales, business entities, competitive position.