

Анотація

Обґрунтовано системний та процесний підходи до оцінки ефективності проектів еколого-економічного реінжинірингу виробничих процесів для техногенно небезпечних нафтогазових підприємств на основі визначених критеріїв екологічної, соціальної, технологічної, економічної ефективності та з врахуванням економічного збитку від екологічних порушень, що буде стимулювати такі підприємства до розробки і впровадження екологічно безпечних проектів. Запропоновано рекомендації щодо вибору найоптимальнішого варіанту еколого-економічного реінжинірингу виробничих процесів техногенно небезпечного нафтогазового підприємства.

Ключові слова: проекти еколого-економічного реінжинірингу, техногенно небезпечні нафтогазові підприємства.

Аннотация

Обосновано системный и процессный подходы к оценке эффективности проектов эколого-экономического реинжиниринга производственных процессов для техногенно опасных нефтегазовых предприятий на основе определенных критериев экологической, социальной, технологической, экономической эффективности и с учетом экономического ущерба от экологических нарушений, что будет стимулировать такие предприятия к разработке и внедрению экологически безопасных проектов. Предложены рекомендации по выбору оптимального варианта эколого-экономического реинжиниринга производственных процессов техногенно опасного нефтегазового предприятия.

Ключевые слова: проекты эколого-экономического реинжиниринга, техногенно опасные нефтегазовые предприятия.

Annotation

System and process approaches to effectiveness evaluation of environmental and economic business processes reengineering for man-hazardous oil and gas companies is grounded. It is based on certain criteria of environmental, social, technological, economic efficiency considering the economic damage caused by environmental disturbances that will stimulate companies to develop and implement ecological safe projects. It is proposed the recommendations on the choice of the optimal variant of ecological and economic business processes reengineering of man-hazardous oil and gas company.

Key words: environmental and economic reengineering projects, man-hazardous oil and gas companies.

УДК 65.011.47: 338.4

Костецька Н.І.,
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій
Тернопільський національний економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ВИТРАТ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. Трансформаційні процеси, що відбуваються в економіці України вимагають пошуку нових підходів до підвищення ефективності діяльності вітчизняних хлібопекарських підприємств, які відіграють вагомую стратегічну роль у забезпеченні продовольчої безпеки держави. Економічні результати діяльності підприємств можна поліпшити за рахунок підвищення цін на продукцію або зниження витрат на її виробництво і реалізацію. Зважаючи на соціальну значимість хлібобулочної продукції, яка повинна бути доступною для усіх, навіть найбідніших верств населення, хлібопекарські підприємства повинні спрямовувати свої зусилля на оптимізацію та зниження витрат на її виробництво. Оскільки ваговою передумовою будь-якого прийнятого рішення є всебічний і ґрунтовний аналіз наявної ситуації, то застосування стратегічного аналізу витрат для вітчизняних хлібопекарських підприємств сприятиме підвищенню їхньої конкурентоспроможності та забезпеченню ефективної діяльності у довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання проведення стратегічного аналізу витрат підприємства у динамічному і конкурентному ринковому середовищі вивчали такі зарубіжні науковці, як В. Говіндараджан, М. Портер, А. Дж. Стрікланд, А.А. Томпсон, Дж. Шанк та ін. В Україні ці питання розглядали М.В. Володькіна, Т.В. Головка, О.С. Кравченко, А.П. Міщенко, С.В. Сагова, М.Н. Стефаненко та ін. Однак більшість наукових досліджень є теоретичними, ґрунтуються на зарубіжному досвіді та не враховують реалій сучасної вітчизняної економіки і особливостей хлібопекарського виробництва.

На думку вітчизняних [1; 2; 4; 5; 7] і зарубіжних [8; 9] економістів стратегічний аналіз витрат ґрунтується на використанні вартісного ланцюга з виробництва продукції. Цей ланцюг дає можливість оцінити основні види діяльності щодо створення продукту для споживача і вплив на процеси виробництва допоміжних видів діяльності [2, с. 25]. Стратегічний аналіз включає в себе порівняння витрат підприємства з його основними конкурентами на всьому ланцюгу, починаючи із купівлі сировини і завершуючи цінами, сплаченими за товар кінцевим споживачем [8, с. 172].

Оскільки для регіональних ринків хліба і хлібобулочної продукції України характерною є велика кількість хлібо заводів і міні-пекарень, які конкурують між собою, то проблема стратегічного аналізу витрат хлібопекарських підприємств є надзвичайно актуальною та потребує досліджень у науковому і практичному аспектах.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей проведення стратегічного аналізу витрат хлібопекарських підприємств. Для досягнення цієї мети необхідно: визначити галузеву специфіку хлібопекарського виробництва, що впливає на процес стратегічного аналізу витрат; побудувати вартісний ланцюг з виробництва хлібобулочної продукції; проаналізувати витрати за видами діяльності цього вартісного ланцюга; вказати можливі шляхи зниження витрат хлібопекарських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Хлібопекарське виробництво характеризується певними особливостями, що мають вагомий вплив на результати діяльності підприємств і повинні бути враховані у процесі стратегічного аналізу витрат. Зокрема, важливе значення відіграє дотримання жорсткого виробничого ритму, оскільки окремі операції виробничого процесу взаємопов'язані між собою включно до випуску готової продукції. Для хлібопекарського виробництва притаманна неперервна обробка сировини від моменту завантаження до отримання готової продукції, а перерва в роботі підприємства неодмінно спричиняє брак продукції та псування сировини. Якість готової хлібобулочної продукції значною мірою залежить від якості сировини, зокрема борошна. Окрім цього, пропозиція продукції хлібопекарських підприємств обмежена попитом, який цілком залежить від фізіологічних норм споживання людини (0,3-0,33 кг в день). Хліб і хлібобулочні вироби виробляють лише для місцевих (регіональних) ринків, оскільки тривале зберігання на складах є неможливим, транспортування обмежене через зниження споживчих властивостей, а обсяг нереалізованого товару повинен становити не більше 0,07% загального обсягу виробництва.

Проведення стратегічного аналізу витрат для хлібопекарського підприємства дає змогу дослідити процес формування витрат на усіх етапах виробництва хліба і хлібобулочних виробів з метою їх зниження чи оптимізації. Для детального дослідження величини і структури витрат, а також виявлення шляхів їх зниження, необхідно скласти вартісний ланцюг з виробництва хлібобулочної продукції, розподілити витрати за видами діяльності та вивчити взаємозв'язки між ланками вартісного ланцюга. Згідно з концепцією вартісного ланцюга, запропонованою М. Портером [6], розрізняють вартісний ланцюг підприємства і загальний вартісний ланцюг з виробництва продукції, який охоплює систему вартісних ланцюгів постачальників сировини, виробників, посередників, торговельних підприємств, споживачів.

Вартісний ланцюг хлібопекарського підприємства є складовою ланкою загального вартісного ланцюга, що забезпечує виробництво хлібобулочної продукції. До складу загального вартісного ланцюга, окрім вартісного ланцюга хлібопекарського підприємства, входять вартісні ланцюги виробників і постачальників ресурсів, необхідних для виробництва; торговельних підприємств, що реалізують продукцію кінцевому споживачу; кінцевих споживачів (рис. 1). Вивчення взаємозв'язків між ланками цього ланцюга дає змогу визначити частку витрат хлібопекарського підприємства у структурі витрат на виробництво хлібопекарської продукції, дослідити причини виникнення перевитрат ресурсів, виявити можливі шляхи зниження витрат.

Хлібопекарська галузь входить до складу переробної промисловості, що зумовлює значну матеріаломісткість готової хлібобулочної продукції. За даними Об'єднання «Укрхлібпром», питома вага борошна у структурі собівартості хліба становить, залежно від сорту, 40-47%; заробітної плати основних робітників з відрахуваннями – 10-11%; палива – в середньому 8-11%, а для деяких підприємств – до 20% [3].

Залежність хлібопекарських підприємств від постачальників сировини, зокрема борошна, вимагає спрямування зусиль на пошук можливостей здешевлення сировини для хлібопечення шляхом вертикальної та горизонтальної інтеграції. Удосконалення вертикальної інтеграції дає змогу розвивати тісні взаємовідносини з постачальниками сировини з метою контролю якості та зниження вартості отримуваних від них ресурсів. Зокрема великі хлібопекарські підприємства можуть співпрацювати з місцевими фермерами, сприяючи їм у зниженні витрат і забезпечуючи для себе низькі ціни на зерно, та, відповідно, на борошно. Невеликі хлібопекарські підприємства (міні-пекарні) можуть досягнути зниження витрат на сировину шляхом удосконалення горизонтальної інтеграції, здійснюючи спільні закупки сировини разом з іншими покупцями в одного постачальника і отримуючи знижку за великі обсяги придбаної продукції.

Загалом доцільно переглядати умови договорів з існуючими постачальниками сировини і домовлятися про більш вигідні умови для хлібопекарських підприємств, налагоджувати прямі зв'язки з виробниками ресурсів або скорочувати кількість посередників, укладати угоди з новими

постачальниками, які пропонують більш вигідні умови.

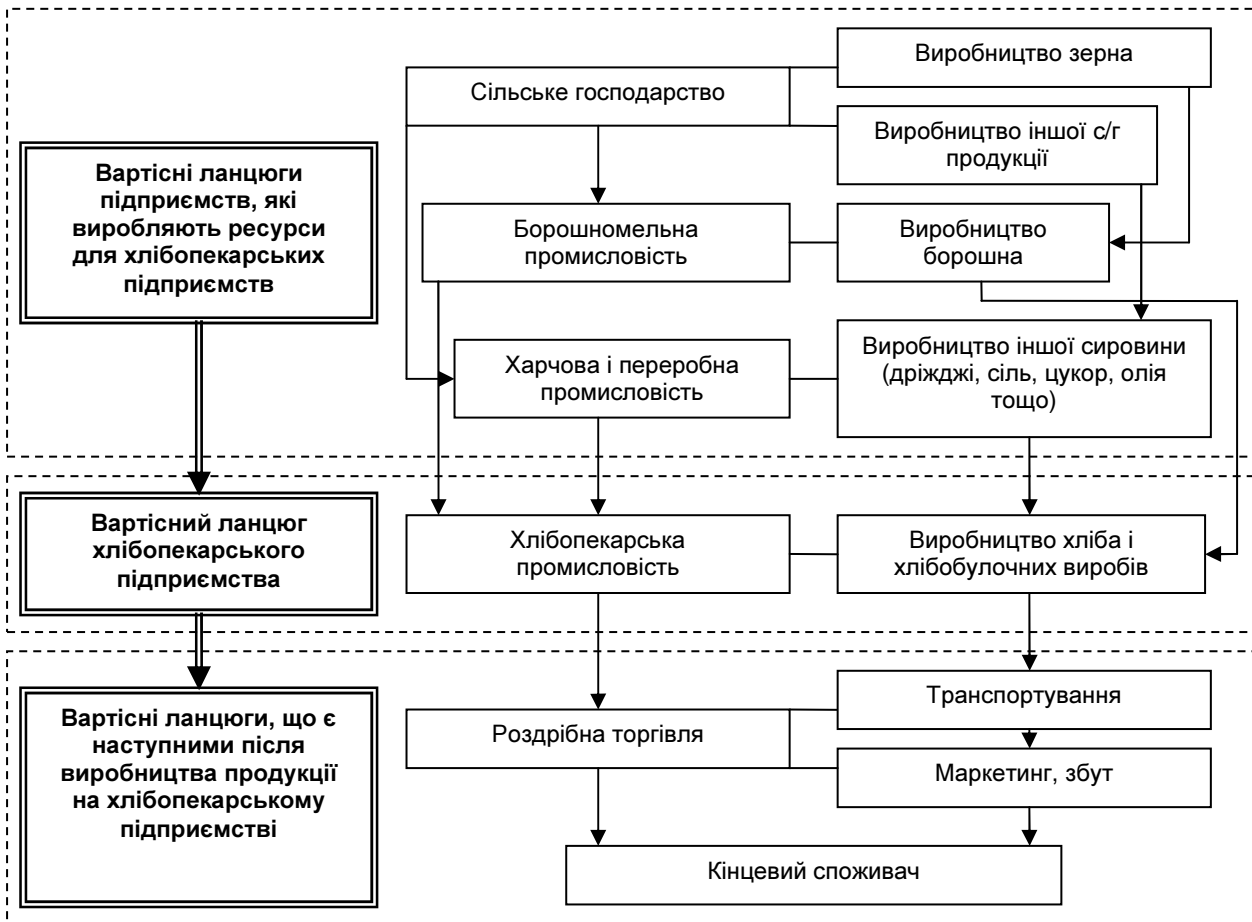


Рис. 1. Вартісний ланцюг з виробництва хліба і хлібобулочних виробів

Джерело: Розроблено автором

Вартісний ланцюг хлібопекарського підприємства складається з таких основних ланок: матеріально-технічне забезпечення необхідними ресурсами, підготовка та дозування сировини, замішування тіста, бродіння тіста, поділ на шматки і вистоювання, випікання, охолодження, пакування, переміщення готової продукції на склад, транспортування у торгову мережу. Окрім основних видів діяльності, що забезпечують виробництво продукції, на підприємстві функціонують підрозділи, що забезпечують допоміжну діяльність. Тобто, здійснюють роботи, спрямовані на розроблення та впровадження нових технологій і виробів, управління людськими ресурсами (наймання, навчання і мотивація персоналу, трудові відносини), забезпечення інфраструктури підприємства (управління підприємством, планування діяльності, бухгалтерська і фінансова робота, юридичне обслуговування, інформаційне забезпечення тощо). Схематично вартісний ланцюг хлібопекарського підприємства, розроблений на основі схеми виробничого процесу з виробництва хліба, представлено на рис. 2.

Кожен вид діяльності на хлібопекарському підприємстві забезпечує створення доданої вартості у процесі виробництва продукції, але, разом з тим, потребує витрат ресурсів. Тому на кожному етапі вартісного ланцюга підприємства необхідно проводити аналіз виду діяльності, аналізувати витрати та виявляти можливі шляхи їх зниження чи оптимізації.

У процесі забезпечення хлібопекарських підприємств матеріально-технічними ресурсами доцільно здійснювати аналіз і контроль витрат на придбання сировини, палива, енергії, спрямовуючи зусилля на пошук постачальників сировини за оптимальними цінами. Потрібно аналізувати витрати на приймання і складування продукції постачальників, а також витрати на управління матеріально-технічним забезпеченням на рівні підприємства.

Під час виробничого процесу слід аналізувати і виявляти резерви зниження витрат на етапах підготовки сировини, виробництва і пакування готової хлібобулочної продукції, забезпечуючи при цьому належний контроль за якістю. Необхідно виявляти можливості зниження витрат, що залежать від використовуваних технологічних процесів, шляхом впровадження прогресивних технологічних ліній, економії енергоносіїв, борошна та іншої сировини. Значну увагу потрібно приділяти тому, щоб запобігати втраті ресурсів, оптимізувати тривалість виробничого циклу, не допускати зупинок у виробничому процесі та браку готової продукції.

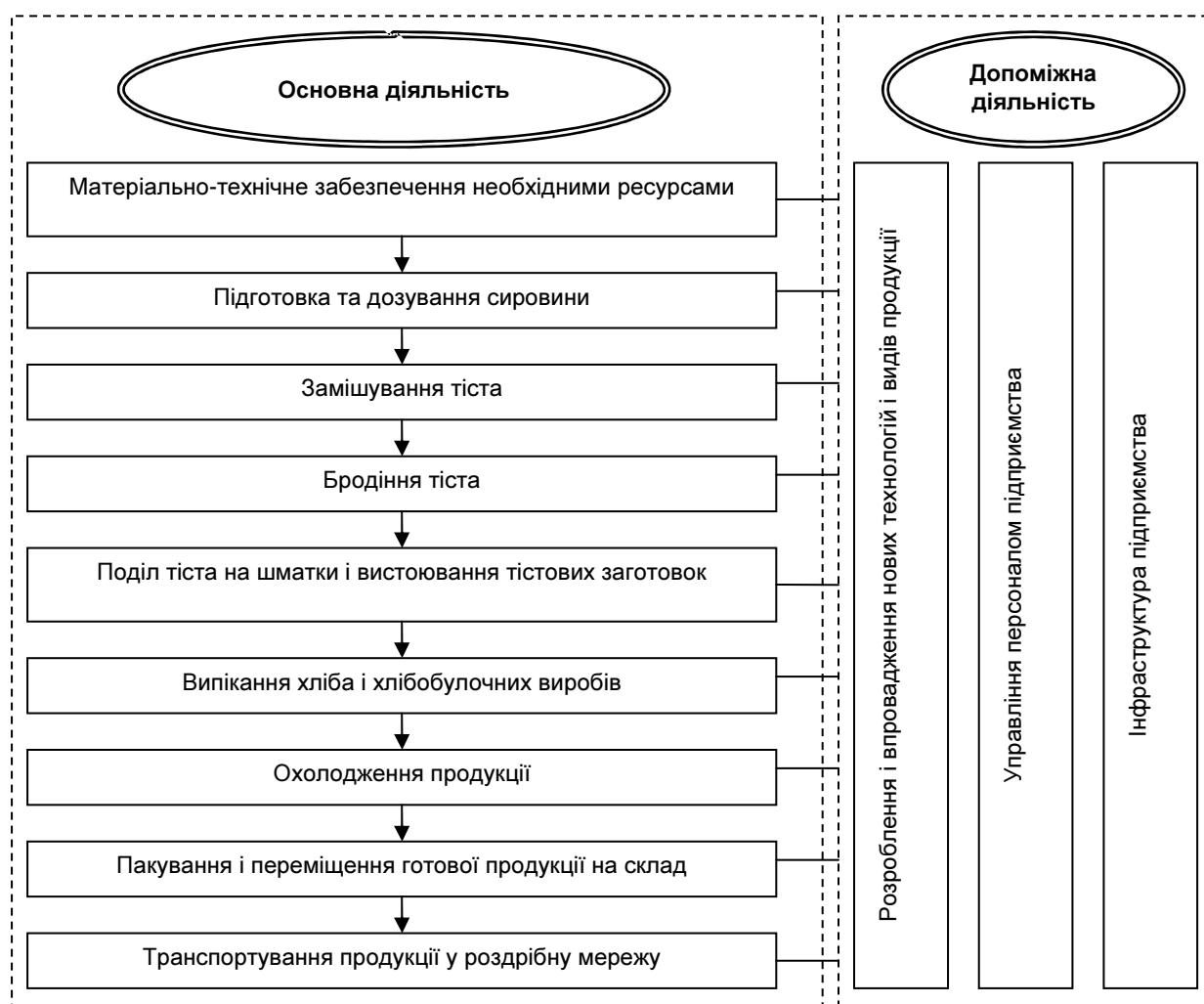


Рис. 2. Вартісний ланцюг хлібопекарського підприємства

Джерело: Розроблено автором

У процесі розроблення і впровадження у виробництво нових видів продукції слід виявляти альтернативні шляхи зниження витрат на основі удосконалення рецептури і технології виготовлення виробів. Переглядаючи і змінюючи традиційні рецептури, можна запровадити використання дешевших інгредієнтів, скоротити тривалість виробничого циклу.

Особливістю хлібопекарських підприємств є відвантаження і постачання усієї готової продукції у торговельну мережу власними силами. Тобто підприємства повинні бути забезпечені відповідними транспортними засобами і персоналом. При реалізації продукції у роздрібну мережу необхідно вишукувати можливості зниження витрат шляхом оптимізації транспортних витрат при постачанні продукції кінцевому споживачу. Зокрема, доцільно знижувати витрати на оброблення замовлення, відвантаження і транспортування, шляхом підвищення ефективності використання транспортних засобів і визначення оптимальних транспортних маршрутів для постачання продукції у торгові точки.

Вартісні ланцюги, що є наступними після виробництва продукції на хлібопекарському підприємстві, також спричиняють витрати, які входять у ціну хлібобулочної продукції, і впливають на результати діяльності хлібопекарського підприємства. Тому на цьому етапі підприємствам також доцільно значну увагу приділяти виявленню потенційних можливостей зниження витрат. З метою зниження витрат на транспортування продукції, окрім вищезазначених, слід розміщувати виробничі потужності ближче до споживачів, створювати точки продажу продукції безпосередньо поблизу хлібопекарських підприємств. Необхідно дослідити ефективність витрат на маркетингову діяльність, зокрема на маркетингові дослідження і рекламу, а також визначити доцільність створення і утримання власної мережі фірмових магазинів для реалізації продукції підприємства чи використання послуг діючих продовольчих магазинів.

Під час проведення стратегічного аналізу витрат доцільно здійснити порівняння витрат хлібопекарського підприємства із аналогічними витратами безпосередніх конкурентів. Однак хлібопекарські підприємства функціонують в умовах обмеженого доступу до інформації щодо діяльності конкурентів, зокрема їхнього внутрішнього середовища, техніко-економічних показників і собівартості, та не завжди мають можливість порівняти свої витрати на виробництво конкретних видів продукції із

аналогічними витратами безпосередніх конкурентів. Проте на підприємствах можуть здійснювати дослідження ринку ресурсів, що дозволяє отримати інформацію про виробників і постачальників сировини, ціни та умови постачання. Рівень продуктивності використовуваного обладнання можна визначити шляхом порівняння показників його роботи із технічними характеристиками нового обладнання, яке у широкому асортименті пропонують як вітчизняні, так і зарубіжні виробники. Проведення аналізу ринку збуту готової продукції дає змогу визначити не лише платоспроможний попит населення на продукцію, а й частку ринку і відмінності у цінах на готову продукцію підприємств-конкурентів. Відтак, дослідження стану хлібопекарської галузі як у межах регіону, так і України загалом, є важливою умовою проведення стратегічного аналізу витрат хлібопекарського підприємства в сучасних умовах обмеженого доступу до інформації про витрати конкурентів і собівартість продукції.

Висновки з проведеного дослідження. Проведення стратегічного аналізу витрат хлібопекарських підприємств дає змогу всебічного дослідити не лише абсолютну величину і структуру витрат, але й причини їх виникнення відповідно до видів діяльності, що формують витрати у процесі виробництва і постачання готової продукції до кінцевого споживача. Аналізуючи витрати, необхідно враховувати організаційні особливості галузі та специфіку технологічного процесу виробництва продукції, що зумовлює використання своєрідної сировини, техніки, технології та кваліфікованих кадрів. Проте, дослідження шляхів зниження витрат на етапах забезпечення необхідними ресурсами хлібопекарських підприємств і постачання готової продукції кінцевим споживачам мають таке ж важливе значення, як і виявлення резервів зниження витрат безпосередньо на підприємствах хлібопекарської галузі. Отже, такий стратегічний аналіз витрат є важливим інформаційним підґрунтям для розроблення і впровадження у діяльність підприємств альтернативних шляхів зниження витрат, які можуть бути напрямом подальших досліджень.

Бібліографічний список

1. Володькина М.В. Стратегический менеджмент : учеб. пособ. / Володькина М.В. – К. : Знання-Прес, 2002. – 149 с.
2. Головка Т.В. Стратегічний аналіз : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Т.В. Головка, С.В. Сагова. – К. : КНЕУ, 2002. – 198 с.
3. Інформація про підсумки роботи підприємств хлібопекарської галузі, виконавчого апарату Об'єднання "Укрхлібпром" та ЦВТЛ у 2011 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrhlbprom.org.ua/ua/novini/richnij_zvit_2011.html
4. Кравченко О.С. Сучасні моделі управління витратами підприємства: переваги та недоліки, особливості застосування на практиці [Електронний ресурс] / О.С. Кравченко, Р.С. Распопов. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2010_30_2/Krav_Ras.pdf
5. Міщенко А.П. Стратегічне управління : навч. посіб. / Міщенко А.П. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 336 с.
6. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / Майкл Портер; пер. с англ. под ред. В.Д. Щетина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
7. Стефаненко М.Н. Методика стратегического анализа расходов предприятия / Стефаненко М.Н. // Культура народов Причерноморья. Проблемы материальной культуры. – Экономические науки. – 2002. — № 36. – С. 45-46.
8. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учеб. для вузов / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
9. Шанк Дж. Стратегическое управление затратами. Новые методы увеличения конкурентоспособности : пер. с англ / Дж. Шанк, В. Говиндараджан. – СПб. : ЗАО "Бизнес Микро", 1999. – 288 с.

Анотація

У статті розглянуто особливості проведення стратегічного аналізу витрат для хлібопекарських підприємств. Визначено галузеві особливості хлібопекарського виробництва, що впливають на послідовність і результати цього аналізу. Побудовано загальний вартісний ланцюг з виробництва хлібобулочної продукції, що включає вартісні ланцюги постачальників ресурсів, власне хлібопекарського підприємства та постачальників готової продукції до кінцевого споживача. На основі розподілу витрат за видами діяльності виявлено можливі шляхи зниження витрат хлібопекарських підприємств.

Ключові слова: витрати, стратегічний аналіз витрат, вартісний ланцюг, види діяльності, хлібопекарські підприємства.

Аннотация

В статье рассмотрены особенности проведения стратегического анализа издержек хлебопекарных предприятий. Определены отраслевые особенности хлебопекарного производства,

которые влияют на последовательность и результаты этого анализа. Построена общая цепочка ценностей для производства хлебобулочной продукции, которая включает цепочки ценностей поставщиков ресурсов, хлебопекарного предприятия и поставщиков готовой продукции к конечному потребителю. На основании распределения издержек за видами деятельности обнаружены возможные пути снижения издержек хлебопекарных предприятий.

Ключевые слова: издержки, стратегический анализ издержек, цепочка ценностей, виды деятельности, хлебопекарные предприятия.

Annotation

Special features of strategic costs analysis of baking companies have been considered in the article. Special branch features which influence the sequence and results of this analysis have been defined. A general value chain of bakery products, which includes the value chains of resource suppliers, baking company and suppliers of finished products to the end user, has been constructed. Possible ways to reduce the cost of baking companies have been identified on the basis of costs allocation according to the types of activity.

Key words: costs, strategic costs analysis, value chain, types of activity, baking companies.

УДК [631.15:65.011.4]:[631.11 «324»:664.6/7]

**Кучер А.В.,
к.п.н., викладач кафедри виробничого
менеджменту та агробізнесу,
Губська І.В.,
Харківський національний
аграрний університет ім. В.В. Докучаєва**

ПЕРЕРОБКА ЗЕРНА ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ ЯК ВАЖІЛЬ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРОФОРМУВАНЬ

Постановка проблеми. Нині особливо важливого значення набувають питання ефективності розвитку окремих продуктових підкомплексів і визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції. Проблема поліпшення якісних показників функціонування зернопродуктового підкомплексу для України має стратегічну вагу, бо саме зерно та продукти його переробки нині є одним з надійних джерел валютних надходжень. Водночас одним зі шляхів розв'язання проблем, що виникають у технологічному ланцюзі «виробництво зерна – виробництво борошна – виробництво хліба» і вирішуються зазвичай не на користь сільськогосподарських підприємств, може бути організація ними внутрішньогосподарської переробки зерна.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різним аспектам функціонування зернового ринку України присвячені праці відомих учених таких, як: В. Г. Андрійчук, В. М. Жук, В. Я. Месель-Веселяк, О. В. Олійник, П. Т. Саблук, О. М. Шпичак та ін. Деякі економічні аспекти переробки зерна висвітлені в публікаціях таких дослідників, як: Л. А. Ільків [1], В. А. Колодій [2], О. О. Красноручський [3], А. В. Кучер [4], В. М. Петров [5], Л. М. Пузік [6; 7] та ін. [8]. Поряд із цим назріла потреба наукового обґрунтування бізнес-проектів організації внутрішньогосподарської переробки зерна в типових сільськогосподарських підприємствах як засобу стабілізації їхніх доходів.

Постановка завдання. Мета статті – висвітлити результати організаційно-економічного обґрунтування бізнес-проекту внутрішньогосподарської переробки зерна озимої пшениці в типовому аграрному підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для розв'язання завдання укріплення конкурентних позицій на регіональному ринку зерна аграрними підприємствами можуть бути реалізовані різні стратегії, зокрема стратегія диверсифікації може бути використана для переробки зерна на борошно чи крупи за рахунок їх реалізації населенню, хлібозаводам, кондитерським фабрикам, їдальням, ресторанам тощо. Разом із цим, стратегія розвитку товару може бути застосована для такого продукту, як висівки, які можна використовувати для годівлі власних тварин, а також продавати населенню й фермерським господарствам [4]. З економічного погляду краще торгувати не зерном, а борошном, оскільки в цьому разі на аграрному підприємстві буде формуватися більша частка доданої вартості, а, відповідно, й питома вага в кінцевій ціні споживання. Основними