

цьому напрямі, сприятиме досягненню максимальної ефективності виробництва.

Література:

1. Варламова Г.О. Економіко – математичне дослідження можливостей впливу прямого іноземного інвестування на економічний розвиток України // Економіка та держава. – 2007. - №11
2. Гальчинський А. Іноземні інвестиції: проблеми та перспективи.// Дзеркало тижня №36. – 2005 р.
3. Струніна В. Шляхи поліпшення інвестиційного клімату в Україні // Економіка України . - №9. – 2001р.
4. Федоренко В.Г. Міжнародні і правові аспекти інвестиційної діяльності в Україні. – К.: „Науковий світ”. – 2004 р.
5. Федоренко В.Г. Шляхи підвищення інвестицій.// Юридична Україна -2007.-№9.
6. Федорчук Д.Е. Режим прямого іноземного інвестування (порівняльно – правове дослідження): //”Аграрний форум - 2006”. – 2006.- №9.

УДК 161.111.009.12:631.11

БЕНЧМАРКІНГ-АНАЛІЗ: ШЛЯХ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Воронецька І.С., к.е.н., доцент

Вінницький державний аграрний університет

Визначено альтернативу застосування бенчмаркінг-аналізу для підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва

Сфера сільськогосподарського виробництва – це сфера бізнесу за ринкових умов, яка має певні особливості. І для того, щоб бути успішним та конкурентоспроможним, підприємствам необхідно не лише порівнювати себе з іншими, вивчаючи свої слабкі та сильні сторони, але й, на основі такого аналізу, планувати стратегію розвитку на майбутнє. Цій меті слугує бенчмаркінг-аналіз, впровадження якого для сільськогосподарських підприємств України є досить перспективним.

Бенчмаркінг, який іноді називають еталонним тестуванням, визначається таким чином: „Постійний систематичний пошук, впровадження найкращої практики, що призводить до поліпшення продуктивності”[1]. Важливою умовою успішного проведення бенчмаркінгу є його проведення на постійній основі, а не періодично, від випадку до випадку.

Наукові аспекти аналізу та оцінки конкурентоспроможності підприємства, забезпечення стабільності його фінансового становища, досягнення високого конкурентного статусу на основі бенчмаркінгу підтримуються центрами бенчмаркінгу у більш ніж 18 країнах світу,

найбільшого поширення набув у США і країнах ЄС.

Проблеми розвитку бенчмаркінгу висвітлюються в роботах Ван дер Вейка Г., Козака Н. та Радченко К. [2]. В їх роботах створено теоретичне підґрунтя для подальших наукових пошуків. Проте використання бенчмаркінг-аналізу, як методу підвищення конкуренто-спроможності в сільському господарстві України на сьогодні не сформовано.

Метою даної статті є висвітлення теоретичних та практичних аспектів використання бенчмаркінг-аналізу та обґрунтування напрямів його дії для підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва.

Розробка стратегії підприємства передбачає обов'язкову реалізацію бенчмаркінгового проекту. Практично неможливо проводити бенчмаркінг без орієнтації на стратегічні заходи підприємства, і навпаки, стратегічне планування неможливо здійснити без бенчмаркінгового аналізу. Бенчмаркінг може здатися схожим на конкурентний аналіз, хоча насправді він є більш деталізованим, формалізованим і упорядкованим, ніж підхід конкурентного аналізу (табл. 1).

Суть сьогоденішнього трактування бенчмаркінгу - "безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до більш досконалої форми"[3].

Таблиця 1

Порівняння підходів бенчмаркінгу і конкурентного аналізу

Характеристики процесу	Аналіз конкурентів	Бенчмаркінг
Загальна мета	Аналіз стратегії конкурентів	Аналіз того, чому і як добре роблять конкуренти або лідируючі підприємства/ підрозділи
Предмет вивчення	Стратегії конкурентів	Методи ведення бізнесу, що задовольняють потреби покупців
Об'єкт вивчення	Товари і ринки	Методика, процеси ведення бізнесу
Основні обмеження	Діяльність на ринку	Необмежений
Значення для ухвалення рішення	Певне	Дуже велике
Основні джерела інформації	Галузеві експерти й аналітики	Підприємства — лідери в галузі, поза галуззю, конкуренти, внутрішні підрозділи і т.д.

Найкращим інструментом для цього може бути метод об'єктивного порівняння, хоча одних результатів такого порівняння недостатньо, щоб діяти найкращим чином. Застосуємо його для оцінки ресурсозабезпеченості та фінансово-економічного стану спеціалізованих підприємств по виробництву приросту ВРХ, які є основними постачальниками яловичини на Козятинський птахокомбінат (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльний аналіз ресурсозабезпеченості та фінансового стану спеціалізованих підприємств, в середньому за 2005-2007 рр.

Показники	ПП "Радівське"	СТОВ "Промінь"	СТОВ "Агросолюшнс"
Площа с.г. угідь, га	1976	4024	176
З неї - рілля	1971	4000	176
Середньорічна вартість основних засобів, тис.грн.	13871	11971	3158
Середньорічна вартість оборотних засобів, тис.грн.	9241	15881	375
Прибуток (збиток), тис.грн.	3734	4705	-390
Доход (виручка) від реалізації, тис.грн.	12387	19301	1644
Середньооблікова чисельність працівників, чол.	260	247	39
Фондоозброєність, грн.	53350	48466	80974
Фондозабезпеченість, грн. на 1 га	7020	2975	17943
Коефіцієнт автономії	0,919	0,859	0,370
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,114	0,893	0,208
Коефіцієнт покриття	1116,2	15,7	11,4

Дані таблиці свідчать, що має найвищий рівень фондоозброєності та фондооснащеності при вартості основних засобів, що в декілька десятків разів менша ніж в господарствах традиційної спеціалізації. Порівняльний аналіз ресурсозабезпечення досліджуваних підприємств свідчить про пріоритетність матеріально-технічної бази СТОВ „Агросолюшнс”.

Аналіз основних показників оцінки фінансово-економічного стану свідчить, що СТОВ „Агросолюшнс” має досить низький ступінь ліквідності серед товаровиробників тваринницької продукції, а фінансової незалежності найменший, але достатній для того щоб стверджувати про його високий рівень кредитоспроможності. Рівень коефіцієнту покриття показує, що в досліджуваному підприємстві поточні кредиторські зобов'язання найгірше забезпечуються поточними активами в порівнянні з основними конкурентами. За три роки свого існування воно досягло 21% абсолютної ліквідності поточних зобов'язань.

Аналіз реалізації продукції починається з вивчення динаміки реалізації продукції, розрахунку базисних та ланцюгових темпів зростання та приросту. Розглянемо збутову діяльність ПП „Радівське” Калинівського району Вінницької області, що випускає ширший асортимент тваринницької продукції: молоко, приріст ВРХ та свиней. Підприємство належить до перспективних підприємств АПК України. Проблеми реалізації продукції, на які натрапило ПП «Радівське», є типовими для більшості аграрних підприємств України на етапі перехідного періоду. Підприємство поступово нарощує виробництво продукції тваринництва, але воно досить відстає від досліджуваного СТОВ «Агросолюшнс» с.Дуліцьке Сквирського району Київської області (табл.3).

Таблиця 3

Порівняльний аналіз ефективності виробництва приросту ВРХ в аграрних підприємствах, 2007 р.

Показники	СТОВ «Агросолюш нс»	ПП «Радівськ е»	Відхилення	
			абсолютн е, ±	віднош е, %
Одержано продукції, ц	7864	1897	5967	314,5
Середньорічне поголів'я, гол.	1829	651	1178	181,0
Продуктивність 1 голови, кг	430	291,4	138,6	47,6
Трудомісткість 1 ц, люд.год.	8,9	56,34	-47,44	-84,2
Виробнича собівартість 1 ц, грн.	605,85	897,99	-292,14	-32,5
Затрати кормів на 1, ц корм.од.	9,1	13,5	-4,4	-32,6
Середня ціна реалізації 1 ц, грн.	620,05	639,49	-19,44	-3,0
Одержано прибутку (збитку), грн.:				
на 1 голову	77,86	-645,8	723,66	-112,1
на 1 ц виробленої продукції,	772,33	-221,6	993,93	-448,5
Рівень рентабельності (збитковості), %	2,34	-22,2	24,54	*

Дані таблиці свідчать, що в СТОВ «Агросолюшнс» більш сприятливіші умови для виробництва продукції тваринництва. Обсяг продукції на 314% вище ніж в ПП «Радівське», середньорічне поголів'я вище на 181% при трудомісткості 1 ц на 84% нижче конкурента, собівартість продукції – на 32,5%.

Результати дослідження свідчать, що альтернативні технології вирощування молодняка ВРХ дають економію трудових та матеріальних витрат, що в кінцевому результаті приносить прибуток в розрахунку на 1 голову на 723 грн. вищий ніж в ПП «Радівське» на 1 ц – 993,93 грн. Рівень рентабельності перевищує конкурента на 24,54 в. П.. Досліджуване СТОВ «Агросолюшнс» функціонує лише з 2005р, а виробництво продукції стало рентабельним уже в 2007 році (табл.4).

Таблиця 4

Доходність та рентабельність реалізації продукції в СТОВ Агросолюшнс»

Види продукції	Виручка від реалізації, тис.грн.			Рівень рентабельності (збитковості), %			2007р., ± до 2005р.	
	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	виручки	рента- бельності
Приріст ВРХ	1,2	2846	6216	-29,41	-0,81	2,34	6210,8	31,75
Молоко	-	-	403,4	-	-	51,02	403,4	51,02

Аналітичний огляд таблиці 6 підтверджує, що в СТОВ «Агросолюшнс» основні доходи підприємства від реалізації великої рогатої худоби. Тобто підприємство сконцентровує свої зусилля на вирощуванні товарного м'яса ВРХ. Обсяг реалізації якого збільшився на 2887 ц або в 1,3 рази в порівнянні з 2005р.

Таблиця 5

Витрати на 1 грн. виручки від реалізованої продукції

Показники	Повна собівартість, тис.грн.	Виручка, тис.грн	Витрати на 1 грн., грн.
СТОВ «Агросолюшнс»			
2006 р.	2869,3	2846	1,01
2007 р.	6073,6	6216	0,98
При фактичній реалізації в базисних цінах і собівартості	7311,2	7256,1	1,01
При фактичній реалізації і собівартості та базисних цінах	6073,6	7256,1	0,84
ПП «Радівське»			
2006 р.	1380	781,7	1,77
2007 р.	2070,8	1475,3	1,40
При фактичній реалізації в базисних цінах і собівартості	1779,5	1173,3	1,52
При фактичній реалізації і собівартості та базисних цінах	2070,8	1173,3	1,76

Згідно з даними таблиці 5 фактичні витрати по СТОВ «Агросолюшнс» були на 0,03 грн. нижче базисних, а ПП «Радівське - 0,37 грн. Тобто в результаті було досягнуто економії коштів в обох досліджуваних підприємствах при реалізації приросту ВРХ, додатково одержано доходу, але прибутковим виробництво було лише в СТОВ «Агросолюшнс», де витрати на 1 грн. виручки становили менше 1 (0,98).

Дані таблиці 6 свідчать про переваги цінової конкурентоспроможності СТОВ „Агросолюшнс. Отже, якщо бенчмаркінг виконується правильно, він дозволяє отримати відповідь не тільки на питання про те, як досягнути поставленої мети, але й на питання: яким може бути наступний рівень? Отже, бенчмаркінг спрямовується у перспективу і допомагає прогнозувати і планувати стратегічні дії на декілька кроків уперед. Проаналізовані показники та елементи стратегії СТОВ «Агросолюшнс» дають можливість стверджувати про необхідність запозичення його досвіду у досліджуваних підприємствах.

Таблиця 6

Цінова конкурентоспроможність приросту ВРХ серед спеціалізованих підприємств

Види продукції	Ціна реалізації, грн.		Собівартість 1 ц проданої продукції, грн.		Цінова конкуренто- спроможність		Індекс цінової конкуренто- спроможності
	2006р.	2007р.	2006р.	2007р.	2006р.	2007р.	
	Ц ₀	Ц ₁	ПС ₀	ПС ₁	ЦК ₀	ЦК ₁	
СТОВ»Агросолюшнс»	723,8	620,05	729,73	605,85	-0,008	0,023	-2,795
ПП «Радівське»	508,59	639,49	771,33	897,99	-0,517	-0,404	0,782
СТОВ «Промінь»	584,64	630,81	686,23	742,69	-0,174	-0,177	1,021

Таким чином, застосування бенчмаркінг-аналізу в тваринництві

передбачає розробку моделі типового господарства, що є найбільш репрезентативною по тому чи іншому продукту у попередньо означеному регіоні, яка ґрунтується на попередніх статистичних даних, а також консультаціях із дорадниками та сільгоспвиробниками. Це дає можливість оцінити конкурентоспроможність та потенціали цілого регіону. Бенчмаркінг-аналіз має проводитися у тісній співпраці з дорадниками та сільгоспвиробниками, оскільки вони найкраще знають, який подальший розвиток найбільш доцільний та реалістичний.

До можливих рішень можна віднести: а) припинення господарської діяльності; б) диференціація виробництва (розширення джерел доходів); в) перехід на іншу систему виробництва; г) підвищення продуктивності..

Висновок. Ефективність методу, що застосовує бенчмаркінг-аналіз, порівнюючи підприємства, досягається шляхом комбінації наступних складових, а саме: визначає та робить прозорим стандарти / норми для отримання даних, аналізу витрат та представлення результатів, що використовують гомогенізовані по всіх підприємствах дані; використовує витрати виробництва як критерій та показник для вимірювання конкурентоспроможності господарств; застосовує модель, що відображає всі галузі виробництва в господарстві та виробничі системи в деталях

Література:

1. Ван дер Вейк Г. Benchmarking. – [www/devbusiness.ru](http://www.devbusiness.ru)
2. Козак Н. Как реализовать бенчмаркинг-проект в вашей компании. – <http://www.gaap.ru>
3. Редченко К.І Бенчмаркінг як інструмент стратегічного аналізу // Наукові записки. Зб.наук.праць кафедри економічного аналізу. Випуск 11, частина 2. – Тернопіль: Вид-во „Економічна думка”, 2002. – С.176-183.