

УДК 338.455.014.1

О. О. Масляєва,

викладач, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ТОВ "СИНЕЛЬНИКІВСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД"

О. Maslyaeva,

lecturer, Dnepropetrovsk State Agrarian and Economic University

FORMATION OF THE COMPETITIVE POSITION OF LLC "SINELNIKOVSKOYE BUTTER PLANT"

Визначено, що головним завданням будь-якого молокопереробного підприємства є формування оптимальної асортиментної структури продукції, що дозволяє найбільш повно задовольняти вимоги певних груп споживачів і ефективно використовувати наявні виробничі ресурси. Істотний вплив на конкурентну позицію переробного підприємства має фізичний стан його виробничого потенціалу. Сучасні умови господарювання ставлять результативність діяльності переробних підприємств в значну залежність від вміння господарюючих суб'єктів використовувати елементи маркетингу для вирішення поставлених цілей.

It was determined that the main task of any milk processing enterprise is to create optimal assortment structure of production, allowing more fully meet the demands specific groups of consumers and efficient use of available production resources. Significant effect on the competitive position of processing enterprise the physical condition of its productive capacity. The modern economic conditions put the efficiency of processing plants in significant dependence on the ability of economic agents use the marketing to attain these goals.

Ключові слова: виробничі ресурси, ефективність, конкурентна позиція, молочна продукція, молокопереробні підприємства, ринок, споживачі, технології, якість молока.

Key words: production resources, efficiency, competitive position, dairy products, milk processing enterprises, markets, customers, technology, quality of milk.

ВСТУП

З усіх чинників формування ринку молока та молочної продукції головною характеристикою є сфера виробництва. Молокопереробна галузь Дніпропетровської області представлена неоднорідною сукупністю виробників, які мають різні конкурентні позиції. Переробкою молока в регіоні займаються 18 промислових підприємств різних за розмірами, спеціалізацією та організаційно-правовими формами господарювання. Незважаючи на позитивну динаміку останніх років, у 2014 році спостерігається зниження регіональних обсягів виробництва всіх видів молокопродукції. Головною причиною погіршення економічного стану на сегментах галузевого ринку є зниження споживчого попиту на продукцію. Сформовану систему конкурентних відносин між регіональними молокопереробними підприємствами характеризує

конкурентна структура ринку та його сегментів. А характер конкурентної поведінки окремого переробного підприємства, так само як і типи створених конкурентних переваг, обумовлений наявними можливостями й ресурсами, а також цілями його подальшого розвитку.

Теоретичні, методичні та практичні аспекти розвитку конкуренції та формування конкурентоспроможності підприємств, в тому числі в аграрній сфері та молокопродуктовому комплексі розглянуті у працях Васильчак С., Винтоняк В., Глібова Р., Саблука П., Железняк А., Ільчук М., Пащенко О. [1—7] та інших вчених. Ці наукові дослідження дуже важливі, однак вони недостатньо розв'язують проблеми, пов'язані з особливостями формування, розвитку та підвищення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств України.

Таблиця 1. Динаміка виробництва молокопродукції, тис. ц

Види продукції	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 у % до	
						2010	2013
Масло тваринне	241,5	248,8	204,0	162,0	222,0	91,9	137,0
Цільномолочна продукція в перерахунку на молоко	663,2	716,3	659,0	523,0	565,0	85,2	108,0
Нежирна молочна продукція в перерахунку на знежирене молоко	208,0	214,3	150,0	102,0	140,0	67,3	137,3

Таблиця 2. Характеристика товарного асортименту

Складові асортименту	Асортимент продукції				
	Молоко цільне	Дієтична продукція	Сметана	Масло тваринне	Нежирна продукція
	молоко пастеризоване жирністю 3,2 %	ряжанка жирністю 4,0 %	жирністю 15 %	жирністю 75 %	творог знежирений
молоко пастеризоване жирністю 2,5 %	ряжанка жирністю 2,5 %	жирністю 15 %	жирністю 15 %	кефір нежирний	

Таблиця 3. Характеристика виробничої бази

Види продукції	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 у % до	
						2010	2013
Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, %	73,6	78,0	67,0	52,1	61,3	-12,3	+9,2
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	7134,3	7011,2	7310,5	7312,0	7700,0	107,9	105,3
Інвестиції в технологічне оснащення виробництва, тис. грн.	667,1	459,0	587,5	510,4	680,1	101,9	133,2

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Поточною концепцією конкурентного розвитку ТОВ "Синельниківський маслозавод" є стратегія універсального аутсайдера. Підприємство орієнтоване на випуск молочної продукції більш дешевої цінової категорії зі слабко вираженими конкурентними перевагами. Складна функціональна структура внутрішнього середовища виробників молочної продукції зумовлює важливість кожного з внутрішніх факторів у формуванні стратегії конкурентного розвитку. Сферою виробничої діяльності ТОВ "Синельниківський маслозавод" є наступні сегменти регіонального ринку: масла тваринного, цільномолочної та нежирної молочної продукції (табл. 1).

Дані таблиці засвідчують провідне місце в структурі виробництва продукції з незбираного молока. Водночас випуск масла тваринного і нежирної молочної продукції при менших обсягах виробництва характеризується більш високими темпами приросту.

Головним завданням будь-якого молокопереробного підприємства є формування оптимальної асортиментної структури продукції, що дозволяє найбільш повно задовольняти вимоги певних груп споживачів (сегментів ринку) і ефективно використовувати наявні виробничі ресурси (табл. 2).

Продукція підприємства представлена вузьким асортиментом, номенклатура якого налічує чотири групи: продукція з незбираного молока, нежирна молочна продукція, сметана, масло вершкове. Наявність в асортименті підприємства декількох видів молочної продукції свідчить про достатню виробничу базу, яка дозволяє використовувати різноманітні технологічні рішення. Технологічна схема виробниц-

тва молочної продукції ТОВ "Синельниківський маслозавод" характеризується досить простими, але надійними виробничими рішеннями. ТОВ "Синельниківський маслозавод" повністю укомплектований всім необхідним, переважно вітчизняним обладнанням для виробництва основних видів молочних продуктів. Весь спектр продукції підприємства проводиться відповідно до вимог галузевих стандартів. Залишковим продуктом застосовуваної є обрат, який реалізується, або передається постачальникам сировинного молока.

Істотний вплив на конкурентну позицію переробного підприємства має фізичний стан його виробничого потенціалу. Характерною особливістю більшості українських виробників молочної продукції є наявність сильно зношеного або морально застарілого обладнання і, як наслідок, підвищення собівартості кінцевої продукції (табл. 3).

Дані таблиці свідчать про низьку завантаженість виробничих потужностей підприємства протягом досліджуваного періоду. Найвищий рівень завантаження виробничих потужностей був у 2011 році і склав 78,0 % від потенційно можливого обсягу виробництва. При постійній величині ви-

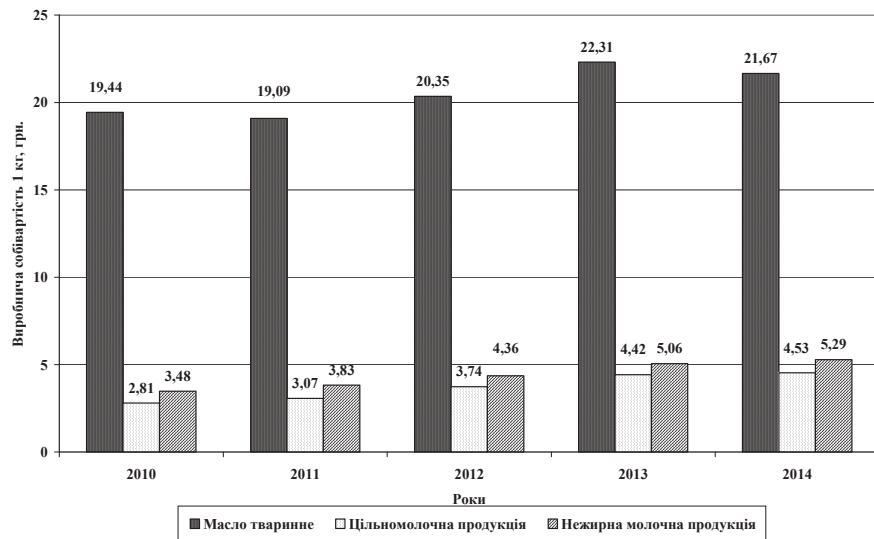


Рис. 1. Виробнича собівартість молочної продукції

Таблиця 4. Структура виробничої собівартості основних видів молочної продукції у 2014 році, %

Статті витрат	Види молочної продукції		
	Цільномолочна продукція	Масло тваринне	Нежирна молочна продукція
Сировина та матеріали	59,04	75,02	58,27
Роботи і послуги	6,05	2,98	5,99
Паливо та енергія	7,68	3,97	7,61
Затрати на оплату праці	24,10	12,48	24,70
Амортизація основних засобів	0,96	0,53	0,99
Податки	0,29	0,39	0,31
Інші витрати	1,88	4,63	2,13
Всього витрат	100,0	100,0	100,0

Таблиця 5. Якість закупленого молока

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 у % до	
						2010	2013
1 - сорт	7478,6	7963,7	6794,8	5293,9	6259,2	83,7	118,2
2 - сорт	98,4	67,5	103,2	65,8	53,1	54,0	81,5
Несортове	0,9	0,6	0,5	0,5	0,7	77,8	140,0
Середній вміст жиру, %	3,47	3,48	3,49	3,52	3,51	101,2	99,7

користовуваних основних засобів, інвестиції в технічне переозброєння виробництва залишаються на недостатньому рівні, і в основному йдуть на придбання окремих вузлів устаткування, комплектуючих та проведення робіт з технічної модернізації.

Результатом ефективності застосовуваних на підприємстві технологій та використовуваного обладнання є виробнича собівартість молочної продукції (рис. 1).

Дані рисунка свідчать про нестійку різномірну динаміку зміни собівартості виробництва молочних продуктів протягом періоду дослідження. Зростання собівартості виробництва молокопродукції пояснюється декількома причинами: зношенням технологічного устаткування, зростанням цін на сировину та енергоресурси тощо. Разом зі зміною собівартості виробництва основних видів молочної продукції, трансформувалася і структура виробничих затрат (табл. 4).

Структура виробничої собівартості продукції з незбираної та нежирної молочної продукції має ідентичний характер, що пояснюється схожістю виробничих процесів. Найбільшою статтею витрат при виробництві даних видів продукції є сировина та матеріали. Структура собівартості масла тваринного відрізняється високою питомою вагою витрат на сировину і матер-

іали та низькою часткою витрат на оплату праці.

Важливе значення для забезпечення нормального і ритмічного виробничого процесу має своєчасне постачання сировинного молока, обсяги закупівель якого за останні роки дещо знизилися. Однією з причин є те, що в умовах зростаючого дефіциту сировинного молока великі регіональні переробні організації роблять активні спроби захоплення сировинної бази дрібних виробників. Загострення боротьби за сировинні ресурси призводить до зміцнення

співробітництва виробників з найбільш пріоритетними постачальниками. Вибір і залучення останніх до співробітництва з молокопереробним підприємством

все частіше розглядається через призму привабливості господарств-постачальників з точки зору якості виробленого молока (табл. 5).

Дані таблиці свідчать про високу якість сировинного молока, що поставляється на ТОВ "Синельниківський маслозавод". Протягом усього досліджуваного періоду переважна частка в структурі постачання припадала на молоко 1-го сорту. Тенденція підвищення жирності закуповуваного молока пояснюється придбанням переробним підприємством сучасної охолоджувальної техніки, контрольно-виміральної апаратури, а також правильною організацією закупівельної роботи з виробниками сировини.

Формування сировинних баз регіональних виробників відбувається під впливом багатьох факторів, до числа яких належить існуючий з радянських часів територіальний розподіл молокопереробних виробництв. Відповідно оптимізаційного підходу надходження молочної продукції до центрів споживання здійснюється найкоротшим шляхом, що гарантує мінімізацію витрат на транспортування та раціональне використання виробничих потужностей підприємств.

Важливий вплив на формування каналів сировинного забезпечення ТОВ "Синельниківський маслозавод" мають природно-кліматичні умови,

Таблиця 6. Динаміка чисельності персоналу, осіб

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2014 у % до	
						2010	2013
Середньорічна чисельність персоналу	68	72	73	68	71	104,4	104,4
в т.ч.: промисловий персонал	54	57	58	54	56	103,7	103,7
управлінський персонал	9	9	9	8	9	100,0	112,5
Кількість співробітників з вищою та середньою спеціальною освітою	26	29	29	28	28	107,7	100,0
Питома вага витрат на організацію управлінської діяльності у вартості реалізованої продукції, %	4,70	4,44	4,21	4,36	4,48	95,3	102,8
Частка кваліфікованого персоналу, %	38,2	40,3	39,7	41,2	39,4	103,1	95,6
Фонд оплати праці, тис. грн.	1591	1836	2138	2046	2208	138,8	107,9
в т.ч. одного співробітника, тис. грн.	23,4	25,5	29,3	30,1	31,1	132,9	103,3
Коефіцієнт забезпеченості трудовими ресурсами	94,4	98,6	100,0	93,2	95,9	101,6	102,9

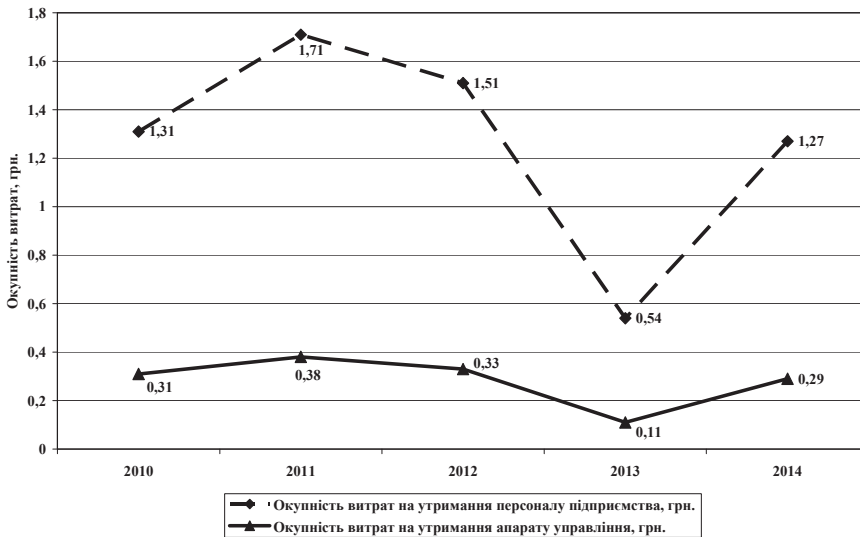


Рис. 2. Ефективність діяльності персоналу

які утворюють характерну структуру постачання з 3-х груп постачальників, що розрізняються між собою як обсягами поставок, так і закупівельними цінами. Найбільші обсяги молока надходять від сільськогосподарських підприємств (76,4 %). Питома вага молока, що надійшов з особистих підсобних господарств населення, склав 21,9 %, фермерських господарств — 1,7 %. З метою типологічного групування постачальників проведено кластерний аналіз класифікації виробників сировини за такими характеристиками: обсяг реалізації молока у фізичній вазі, жирність молока, фактична ціна реалізації 1 кг молока. В результаті були отримані чотири групи виробників, що представляють собою різні типи постачальників. Виділені групи істотно різняться між собою обсягами постачання молока, якістю сировини і закупівельною ціною.

Важливе значення в процесі виробництва молочної продукції належить трудовим ресурсам. Наявність на підприємстві необхідної кількості працівників відповідної кваліфікації є пріоритетною умовою досягнення підприємством цілей стратегічного розвитку. Рівень забезпеченості ТОВ "Синельниківський маслозавод" трудовими ресурсами та кількісний склад персоналу представлені в таблиці 6.

Згідно аналізу протягом досліджуваного періоду значення коефіцієнта забезпеченості трудовими ресурсами варіювалося в діапазоні від 93,1% до 100,0%, що свідчить про достатньо високий трудовий потенціал підприємства. Кількісний склад персоналу характеризується переважанням в структурі працівників, які обслуговують процес виробництва. Діяльність управлінського персоналу спрямована на підвищення ефективності управління підприємством і полягає у формуванні дієвої системи прийняття рішень та створення досконалої організаційної структури. Зміни, що відбулися в обсягах коштів, витрачених на оплату праці трудового персоналу, характеризується вираже-

ною позитивною динамікою. В цілому за період 2010—2014 рр. рівень оплати зріс на 38,8 %, а за останній звітний рік на 7,9 %. При цьому питома вага фінансових витрат на організацію управлінської діяльності змінювався протягом звітного періоду менш високими темпами.

Важливою характеристикою результативності діяльності трудових ресурсів підприємства, у тому числі управлінського персоналу, є величина окупності витрат на їх утримання. Рівень окупності витрат підприємства на утримання співробітників є відносно невисоким, і протягом досліджуваного періоду має нестійку динаміку. Сто-

совно управлінського персоналу, то рівень окупності витрат на його утримання знаходиться на більш високому рівні і схильний до значних коливань (рис. 2).

Сучасні умови господарювання ставлять результативність діяльності переробних підприємств в значну залежність від вміння господарюючих суб'єктів використовувати елементи маркетингу для вирішення поставлених цілей. Економічна роль маркетингу полягає в тому, що він підвищує обґрунтованість прийнятих керівництвом управлінських рішень, сприяє планомірному розвитку господарських взаємозв'язків через раціоналізацію процесу руху товарів, удосконалення обліку та прогнозування змін ринкової ситуації. Зважаючи на відносно невеликі розміри виробництва, ТОВ "Синельниківський маслозавод" не має у своїй структурі маркетингової служби, а всі обов'язки з управління маркетингом покладені на заступника генерального директора по збуту. Основні його функції полягають у визначенні маркетингової стратегії розвитку підприємства; формуванні цінової політики; організації рекламних кампаній, PR-акцій і заходів стимулювання збуту; контроль фінансових і товарних потоків тощо.

За сучасних конкурентних відносин формування стійкої конкурентної стратегії на довготривалу перспективу неможливе без нарощування та зміцнення фінансового потенціалу переробного підприємства. Фінансовий стан підприємства характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування товаровиробника, доцільністю їх розміщення та ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими господарюючими суб'єктами, платоспроможністю і фінансовою стійкістю. Найважливіший вплив на фінансовий стан товаровиробника, його стійкість і стабільність мають результати виробничої, комерційної та фінансової діяльності переробного підприємства (табл. 7).

Таблиця 7. Результати фінансово-господарської діяльності

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 у % до	
						2010	2013
Виробнича собівартість молочної продукції, тис. грн.	7284,4	7769,4	7265,1	6444,8	8103,4	111,2	125,7
Повна собівартість молочної продукції, тис. грн.	7374,2	7866,3	7356,1	6539,5	8219,4	111,5	125,7
Виручка від реалізованої молочної продукції, тис. грн.	8015,5	8692,8	8010,3	6734,4	8860,7	110,5	131,6
Прибуток від реалізованої молочної продукції, тис. грн.	641,3	826,5	654,2	194,9	641,3	100,0	329,9
Прибуток до оподаткування, тис. грн.	606,2	796,1	611,5	189,6	609,1	100,5	321,3
Чистий прибуток, тис. грн.	454,7	597,1	458,6	142,2	456,8	100,5	321,3
Рентабельність виробничої діяльності, %	6,2	7,6	6,2	2,2	5,6	-0,6	+3,4
Рентабельність продажу, %	8,7	10,5	8,9	3,0	7,8	-0,9	+4,8
Рентабельність капіталу, %	7,7	10,2	8,5	2,4	7,9	-0,2	+5,5
Коефіцієнт фінансової автономії	0,37	0,38	0,42	0,38	0,41	+0,04	+0,03
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,95	0,93	0,95	0,94	0,96	+0,01	+0,02

Дані таблиці свідчать про позитивні зміни в сфері фінансово-господарської діяльності підприємства. Незважаючи на збільшення собівартості молочних продуктів, зберігається позитивна динаміка в сфері реалізації, що пояснюється стабільним ростом ринкових цін. Розміри виручки і чистого прибутку в досліджуваному періоді значно варіюються внаслідок коливання обсягів виробництва та реалізації молочної продукції по роках.

ВИСНОВОК

Протягом останніх років спостерігається позитивна динаміка показників рентабельності, що характеризує кінцеві результати господарювання підприємства. Коефіцієнт фінансової автономії характеризується також позитивним змінами, що є передумовою подальшого зниження фінансової залежності від зовнішніх інвесторів. Значення коефіцієнтів поточної ліквідності, що визначають межі безпеки для можливого зниження ринкової вартості оборотних активів, характеризуються мінімально можливим рівнем, що не сприяє залученню ззовні грошових коштів та негативно впливає на фінансовий стан підприємства. Виявлені в результаті дослідження зовнішні і внутрішні джерела формування конкурентних позицій досліджуваного молокопереробного підприємства створюють всі передумови для подальшої оцінки конкурентних переваг товаровиробника та розробки конкурентної стратегії його розвитку.

Література:

1. Васильчак С.В. Удосконалення системи заготівлі молока / С.В. Васильчак // Економіка АПК. — 2004. — № 12. — С. 109—112.
2. Винтоняк В. Развитие украинского рынка экспортно-ориентированных молокопродуктов промышленной группы / В. Винтоняк // Молочный мир. — 2011. — № 12. — С. 81—91.
3. Глібов Р.В. Маркетингова діяльність вітчизняних товаровиробників на ринку молока / Р.В. Глібов // Економіка АПК. — 2012. — № 12. — С. 125—131.

4. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні / За ред. П.Т. Саблука і В.І. Бойка. — К.: ННЦІ "ІАЕ", 2005. — 328 с.

5. Желєзняк А.М. Виробництво і реалізація молока і молокопродуктів: аналіз і перспективи / А. Желєзняк // Вісник аграрної науки Причорномор'я. Спец. вип. 2 (26). — Т. 2. — 2013. — С. 132—137.

6. Ільчук М.М. Прогноз попиту та пропозиції молокопродуктів: продовольче споживання, експорт та обсяги виробництва / М.М. Ільчук // Аграрна наука і освіта. — 2010. — № 3—4. Т.4. — С. 106—111.

7. Пащенко О.В. Соціально-економічні аспекти формування ринку молочної продукції в Київській області / О.В. Пащенко // Економіка АПК. — 2011. — № 6 — С. 125—128.

References:

1. Vasylychak, S.V. (2004), "Improving the system of the purveyance of milk", *Ekonomika APK*, vol. 12, pp. 109—112.
2. Vintonjak, V. (2011), "The development of Ukrainian market of export-oriented dairy industry group", *Molochnyj mir*, vol. 12, pp. 81—91.
3. Hlibov, R.V. (2012), "Marketing activities of domestic producers on the milk market", *Ekonomika APK*, vol. 12, pp. 125—131.
4. Sabluk, P.T. Wojko, V.I. (2005), *Ekonomika vyrobnytstva moloka i molochnoi produktsii v Ukraini* [Economics of milk and dairy products in Ukraine], NNTsI "IAE", Kyiv, Ukraine.
5. Zheliezniak, A.M. (2013), "Manufacture and sale of milk and dairy products: analysis and perspectives", *Visnyk ahrarnoi nauky Prychornomor'ia*, vol. 2 (26), pp. 132—137.
6. Il'chuk, M.M. (2010), "Forecast demand and supply of milk, food consumption, exports and production", *Ahrarna nauka i osvita*, vol. 3—4, pp. 106—111.
7. Paschenko, O.V. (2011), "Socio-economic aspects of the formation of the dairy market in the Kiev region", *Ekonomika APK*, vol. 6, pp. 125—128.

Стаття надійшла до редакції 09.09.2015 р.