

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

На правах рукопису

ДЕМЧУК ОЛЕНА МИКОЛАЇВНА

УДК 65.011.4:658.8:637.1

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЕРЕРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОКА В
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

**Науковий керівник
Легеза Дар'я Георгіївна
доктор економічних наук, доцент,**

ЗМІСТ

ВСТУП

.....

3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ
ПЕРЕРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОКА В АГРАРНИХ
ПІДПРИЄМСТВАХ

.....

11

1.1 Сутність та зміст ефективності виробництва

.....

11

1.2 Теоретичні основи формування ефективної діяльності аграрних
підприємств

.....

27

1.3 Методичні підходи до дослідження економічної ефективності
діяльності аграрних підприємств

.....

40

Висновки до розділу

1

.....

56

РОЗДІЛ 2 СТАН ПЕРЕРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОКА В
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

.....

60

2.1 Умови функціонування аграрних підприємств з виробництва молока	60
2.2 Вплив факторів маркетингового середовища на ефективність діяльності аграрних підприємств	79
2.3 Оцінка ефективності переробки та реалізації молока	100
Висновки до розділу	2
.....	122
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЕРЕРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОКА	
.....	125
3.1 Модель поведінки споживача на ринку молока та молочної продукції	125
3.2 Стратегічні напрями розвитку аграрних підприємств з переробки та реалізації молока	141
3.3 Реалізація альтернатив підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств	160

Висновки до розділу

3

.....

177

ВИСНОВКИ

.....

180

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

.....

184

ДОДАТКИ

.....

207

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток аграрного сектору України передбачає орієнтацію врахування впливу чинників, які обумовлюють стабілізацію й розширення ринків збуту вітчизняної продукції в умовах глобалізації економіки. Сучасна ситуація, що характеризується поступовим зменшенням обсягів пропозиції кінцевої продукції на ринку та неповним забезпеченням населення незамінними продуктами харчування, потребує розв'язання низки проблем щодо коригування дій аграрних підприємств відповідно до змін у маркетинговому середовищі. 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 макрорівні має бути покладено в основу подальшої стратегії розвитку аграрних підприємств та прогнозуванні їхніх ризиків на ринку за умов поглиблення євроінтеграції.

Актуальність теми дисертації, значимість для науки і практики у сфері ефективності переробки та реалізації продукції полягає в поглибленні методичних основ дослідження діяльності аграрних підприємств на ринку молока та впровадженні маркетингових заходів у стратегію розвитку на рівні окремих підприємств і регіонів.

Дослідженню загальнометодичних аспектів оцінки економічної ефективності аграрних підприємств присвячено багато праць, зокрема таких вітчизняних учених, як: О. Воронін, Т. Голубєва, Ф. Зінов'єв, І. Колос, А. Турило, С. Ліновицька, Л. Лігоненко, І. Макаренко, 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.

Питання оцінки ефективності діяльності підприємств у сфері виробництва, переробки та реалізації молока знайшли відображення у роботах вітчизняних авторів: Т. Божидарнік, Є. Гнатенко, В. Гринчук, А. Железняк, О. Кравченко, Н. Коваль, Н. Козонак, Т. Миронюк, О. Одінцов, Т. Паневік, О. Пилипчук, І. Свиноус, Д. Толстопятова, Д. Харківський, А. Череп, О. Шинкаренко, С. Шкарлет, Ю. Чепуль, Т. Яхно.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана в межах наукової тематики Таврійського державного агротехнологічного університету за темою «Розробити науково-теоретичні і методологічні основи конкурентоспроможного агропромислового виробництва та сталого розвитку сільських територій на

інноваційній основі» (номер державної реєстрації 0111U002540), у межах якої автором досліджено діяльність аграрних підприємств на ринку молока, визначено вплив факторів макросередовища на діяльність переробних підприємств, обґрунтовано модель поведінки споживача з урахуванням соціальних та демографічних факторів.

Мета і задачі дослідження. Метою дослідження є наукове обґрунтування теоретичних та методичних аспектів ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах і розробка практичних рекомендацій щодо стратегії розвитку аграрних підприємств в сучасному ринковому середовищі.

Для досягнення поставленої мети були визначено та вирішено такі завдання:

- поглибити розуміння сутності ефективності виробництва на основі опрацювання наукових підходів до визначення економічних понять «ефективність переробки та реалізації молока» та «аграрне підприємство»;
- навести класифікацію системи факторів, які впливають на рівень ефективності переробки та реалізації молока, для ідентифікації ключових напрямів стратегії розвитку аграрних підприємств;
- обґрунтувати методичні підходи і сформулювати набір методів та інструментів щодо оцінки ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах;
- проаналізувати умови переробки та реалізації молока аграрними підприємствами для визначення стратегічних напрямів їх розвитку;
- охарактеризувати рівень впливу факторів маркетингового середовища на ринку молока на діяльність аграрних підприємств для виявлення альтернатив їх функціонування та подальшого розвитку;
- дослідити сучасний рівень ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах з метою пошуку напрямів її підвищення;

- обґрунтувати модель поведінки споживачів на ринку молока та молочної продукції для формування подальшої стратегії розвитку аграрних підприємств;
- обґрунтувати стратегію розвитку аграрних підприємств з переробки та реалізації молока з урахуванням впливу факторів маркетингового середовища;
- удосконалити напрями підвищення ефективності переробки та реалізації молока згідно стратегії розвитку аграрних підприємств.

Об'єктом дослідження є процес переробки та реалізації молока аграрними підприємствами в сучасних умовах.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних засад підвищення ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертаційного дослідження стали фундаментальні положення теорії ефективності виробництва, які висвітлено у працях вітчизняних та іноземних учених із проблем формування і функціонування аграрних підприємств. Теоретичною базою дослідження є діалектичний метод пізнання та системний підхід до вивчення економічних явищ з використанням сучасних концепцій ефективності переробки та реалізації молока.

Для вирішених поставлених у дисертаційному дослідженні задач використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи: абстрактно-логічний – для поглиблення сутності ефективності переробки та реалізації молока; монографічний (для вивчення механізму реалізації молока окремими аграрними підприємствами), експертний аналіз (при обґрунтуванні факторів макро- та мікросередовища на ринку молока), спостереження (при визначенні споживчих переваг на ринку молока), анкетування (при розробці моделі поведінки споживача) економіко-статистичний (при аналізі умов діяльності аграрних підприємств на ринку молока), розрахунково-конструктивний (при

обґрунтуванні напрямів підвищення ефективності переробки та реалізації (молока), методи індукції, дедукції, системний аналіз, аналіз і синтез (при виявленні резервів ефективності переробки та реалізації молока за регіонами й обсягами реалізації), методи БКГ, Мак-Кінсі, Shell (при обґрунтуванні стратегії розвитку аграрних підприємств), модель ієрархії (для встановлення впливу факторів маркетингового середовища за різними напрямами підвищення ефективності), метод математичного моделювання «теорія гри» (при визначенні оптимальної стратегії розвитку аграрних підприємств за впливом основних факторів маркетингового середовища), абстрактно-логічний (для теоретичного узагальнення та формулювання висновків і рекомендацій).

Інформаційною базою дослідження були законодавчі та нормативні акти України, статистичні дані Державної служби статистики України, Міністерства аграрної політики та продовольства України, первинна документація підприємств, наукові праці вітчизняних та іноземних авторів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в системному обґрунтуванні теоретико-методичних положень та розробленні практичних рекомендацій, які в сукупності вирішують наукове завдання підвищення ефективності переробки та реалізації молока в аграрних підприємствах з урахуванням вимог внутрішнього ринку і поглиблення євроінтеграційних процесів. Результати дослідження, що містять наукову новизну, полягають у наступному:

Вперше:

– обґрунтовано модель стратегічного розвитку аграрних підприємств, яка базується на прийнятті рішень згідно з принципами ієрархії та враховує основні фактори зовнішнього середовища, що впливають на рентабельність продажу молока.

Удосконалено:

– теоретичні підходи щодо тлумачення поняття «аграрні підприємства» у сучасних ринкових умовах, що визначається як суб'єкти господарювання агропромислового комплексу з виробництва, переробки та реалізації молока і молочних продуктів на промисловій основі, і, на відміну від інших категорій, є комплексом підприємств, що пропонують на ринку молоко (як сировину) та готову кінцеву продукцію (упаковані молочні продукти) і не використовують їх для власного споживання;

– методика оцінки ефективності переробки і реалізації молока в аграрних підприємствах через класифікацію показників за процесами виробництва сировини, переробки та реалізації продукції сільськогосподарських і переробних підприємств, що дає можливість порівняти діяльність аграрних підприємств за часом та суб'єктами господарювання на різних етапах товаропросування.

Набули подальшого розвитку:

– змістовне наповнення поняття «ефективність» через його поглиблення як ефективності переробки та реалізації молока аграрними підприємствами, під якою розуміють результативність суб'єктів господарювання у процесі створення доданої вартості товару, що передбачає просування кінцевого продукту, виготовленого на промисловій основі;

– методичні підходи до аналізу групи факторів маркетингового середовища на мікро та макрорівні у кількісному виразі, що дає змогу порівняти їх вплив, обґрунтувати напрями подальшого розвитку, які враховують як загрози, так і можливості аграрних підприємств на ринку молока, а також, на відміну від інших методичних підходів, є основою для моделі ієрархії факторів маркетингового середовища;

– методичні підходи до аналізу впливу факторів на ефективність переробки молока через використання кореляційно-регресійного аналізу, який на відміну від інших враховує зональну спеціалізацію регіонів у виробництві молока, самозабезпечення населення, розташування споживачів, ціни

реалізації продукції, продуктивність тварин, що надає можливість виявити кластери аграрних підприємств за природно-економічними зонами;

– 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;

– засади формування моделі поведінки споживача, які полягають у комплексному визначенні характерних ознак типового споживача молока та молочної продукції на основі анкетного спостереження, що є підставою для подальшого формування стратегії розвитку аграрних підприємств з метою повного задоволення споживачів і збільшення прибутковості;

– обґрунтування ефективності реалізації та переробки молока на прикладі аграрного підприємства, що полягає у виборі моделі прийняття рішення методом теорії гри і, на відміну від існуючих, враховує стратегічні зміни у невизначеному середовищі.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості практичного використання запропонованих підходів, методів і показників для формування стратегії розвитку аграрних підприємств, що спрямована на забезпечення системи управління ефективністю переробки та реалізації молока.

Основні наукові положення і висновки автора щодо впровадження екологічної упаковки та її вплив на покращення якості зберігання молока та споживчих переваг у роздрібній торгівлі розглянуто та затверджено дирекцією регіонального роздрібного відділу мережі супермаркетів «Сільпо» (довідка № 05-01 від 12 січня 2016 р.). Пропозиції та рекомендації щодо впливу інноваційних видів молочної продукції на підвищення ефективності реалізації

молока розглянуто та затверджено керівництвом ПП «Молокозавод-Олком» (довідка № 06/12 від 23 грудня 2015 р.). Рекомендації щодо використання нової упаковки для поліпшення критеріїв споживчої якості, покращення умов зберігання та транспортування молока розглянуто й затверджено керівництвом ПАТ «Племзавод «Степной» (довідка № 696 від 22 січня 2016 р.)

Методичні підходи щодо формування взаємовідносин між сільськогосподарськими та переробними підприємствами з метою забезпечення якісною сировиною використовуються у роботі Управління агропромислового розвитку Мелітопольської районної державної адміністрації Запорізької області (довідка № 01-06/66 від 16 грудня 2015 р.). Наукові розробки щодо методики аналізу впливу маркетингових факторів на реалізацію молока та молочної продукції знайшли застосування у роботі Департаменту агропромислового розвитку Запорізької обласної державної адміністрації (довідка № 02-00/0502 від 28 січня 2016 р.).

Окремі результати дослідження впроваджено Таврійським державним агротехнологічним університетом у навчальному процесі при викладанні курсів «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингова товарна політика» та «Маркетингові дослідження» (довідка № 66/4 – 1232 від 10.11.2015р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, в якій викладено авторський підхід до вирішення проблеми підвищення ефективності переробки та реалізації молока аграрними підприємствами. Наукові результати дослідження, що відображені в дисертації та виносяться на захист, є особистими розробками й належать автору. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, в роботі використані лише ті ідеї та положення, які є результатом особистої роботи здобувача.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати досліджень доповідались і обговорювались на міжвузівських, всеукраїнських

та міжнародних конференціях: всеукраїнській науково-практичній конференції «Особливості соціально-економічного розвитку України та регіонів: 2005» (м. Запоріжжя, 2005 р.); всеукраїнській науково-практичній конференції «Особливості соціально-економічного розвитку України та регіонів: 2006» (м. Запоріжжя, 2006 р.); XVI Міжвузівській студентській науковій конференції «Економічні проблеми сучасного суспільства та шляхи їх подолання» (м. Запоріжжя, 2006 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія та практика економіки й підприємництва» (м. Алушта, 2006 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія та практика економіки й підприємництва» (м. Алушта, 2007 р.); XVI Міжнародній науковій конференції молодих науковців «Економічні проблеми сучасного суспільства та шляхи їх подолання» (м. Запоріжжя, 2008 р.); VII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України» (м. Алушта, 2008 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Формування ринкових механізмів господарювання» (м. Запоріжжя, 2008 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Фінансово-економічні проблеми розвитку сільських територій» (м. Мелітополь, 2014 р.).

Публікації. За результатами проведених досліджень здобувачем опубліковано 18 наукових праць загальним обсягом 4,28 друк. арк., з яких 6 статей у наукових фахових виданнях України обсягом 1,8 друк. арк., 1 стаття в іноземному фаховому виданні обсягом 0,35 друк. арк., 9 тез наукових конференцій обсягом 1,08 друк. арк. та 2 статті в інших наукових виданнях обсягом 1,05 друк. арк.

Структура і обсяг дисертаційної роботи. Дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 185 найменувань на 23 сторінках, додатків. Основна частина дисертації викладена на 183 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 67 таблиць, 47 рисунків і 14 додатків на 46 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЕРЕРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МОЛОКА В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

1.1. Сутність і зміст ефективності виробництва

Формування ринкових відносин в Україні зумовило глибокі зміни в теорії та практиці організації й управління господарською діяльністю на підприємствах. Теорія та практика пропонують нові підходи до підвищення результатів діяльності аграрних підприємств у вартісному відображенні, у тому числі за рахунок задіяння резервів зростання ефективності виробництва, а також реалізації продукції, що пропонують товаровиробники споживачам.

Питання економічної ефективності діяльності підприємств завжди посідали вагомим місце серед проблем економічної науки та практики управління господарськими процесами. Найбільш актуальними серед означених проблем є підвищення економічної ефективності діяльності підприємств, що зумовлено, зокрема, загостренням економічної конкуренції та мінливістю ринкових умов господарювання.

Розроблення напрямів підвищення економічної ефективності діяльності підприємств різних організаційно-правових форм господарювання та форм власності потребує поглибленого вивчення теоретичних і методичних основ визначення й оцінки економічної ефективності та ефективності діяльності загалом.

Ефективність діяльності підприємства є комплексною економічною категорією, яку досліджували багато авторів, проте однозначного підходу до трактування ефективності переробних підприємств не має. У загальному

розумінні поняття «ефективність» розглядають як «здатність приносити ефект, результативність процесу, проекту тощо, які визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат» [57, с. 508] або ж як «здатність ... здійснювати дію», що обумовлено іншомовним походженням терміна: від лат. effectus – дія [107, с. 1054].

Характеризуючи господарську діяльність підприємств, як правило, оперують поняттям «економічна ефективність», розкриваючи її речовий зміст і суспільну форму та розуміючи цей термін як «досягнення найбільших результатів за найменших витрат живої й уречевленої праці» [57, с. 508]. Наприклад, на думку С. Мочерного, суспільна форма економічної ефективності – це «послаблення конфлікту, антагонізму, гострих форм суперечності між працею і власністю на результати цієї праці, тобто дотримання вимог закону єдності праці та власності» [57, с. 508]. Таке трактування економічної ефективності зумовлює її зв'язок з поняттям продуктивності, зокрема «продуктивності праці». Адже з підвищенням продуктивності праці зростають результати діяльності (ефект) за певний період часу при зменшенні витрат.

Комплексна категорія «ефективність» та її похідна – «економічна ефективність» безпосередньо пов'язані з поняттями «ефект» та «економічний ефект» відповідно. Причому поняття «ефект» та «результат» часто ототожнюють як і поняття «ефективність» та «результативність». Так, економічну ефективність розглядають як «результативність економічної діяльності, економічних програм і заходів, що характеризується відношенням отриманого економічного ефекту, результату до затрат факторів, ресурсів, які обумовили отримання цього результату, досягнення найбільшого обсягу виробництва з використанням ресурсів певної вартості» [107, с. 1056]. А ефективна економічна програма (захід) – це та програма (захід), що дає певний ефект, тобто є дієвою(им) [107, с. 1056]. Це дає підстави для

твердження, що «ефективність» та «дієвість» у певному значенні – тотожні.

На нашу думку, дослідження категорій «ефективність» та «економічна ефективність» необхідно починати з розкриття сутності зазначених ключових понять «ефект» та «економічний ефект» для чіткого тлумачення сутності «результату» переробки та реалізації молока та тотожних понять ефективності діяльності підприємства.

Отже, під ефектом розуміють «досягнутий результат у різних формах вияву (матеріальній, грошовій, просуванні по службі, соціальній тощо)» [57, с. 505]. Відповідно, на думку Г. Башнянина, С. Середи та Б. Дубового економічний ефект – це «кількісна та якісна характеристика впливу елементів економічної системи на результативність її функціонування. ефект існує переважно у грошовій формі та є грошовим доходом» [57, с. 506], що підтверджується на практиці.

У ринкових умовах господарювання успішність функціонування підприємств визначається більшою мірою величиною саме фінансово-економічного результату діяльності, що вимірюється показниками виручки від реалізації продукції, що випускається, прибутком до та після оподаткування. Підставою для визначення даних показників є безпосередньо результат ринкових операцій здійснення купівлі-продажу продукції між виробником і покупцем, передачі виробником права власності на товар на основі товарно-грошових відносин задля забезпечення відтворювального процесу.

Стосовно дослідження діяльності переробних та сільськогосподарських підприємств важливим постає питання аналізу виручки від реалізації за асортиментом продукції, адже ціновий фактор впливає на кінцевий результат.

Таке перетворення результатів виробничої діяльності підприємства, а саме «продукту», в процесі збуту, тобто в «ринковий економічний ефект» [161] у вартісному вираженні, лежить в основі попарного розкриття сутності понять

«продуктивність» та «економічна ефективність», «результативність» та «економічна ефективність» суб'єкта господарювання й відповідних показників, що їх характеризують, а саме «результати» та «видатки» або ж «витрати» (табл. 1.1).

При цьому під «продуктом» розуміють результат виробничого процесу підприємства [148] або трудової діяльності в різних формах його прояву, зокрема, у матеріально-уречевленій – матеріальний продукт, виконані роботи у матеріальній формі та в духовній, інформаційній формі – інтелектуальний продукт, виконані роботи та надані послуги у нематеріальній формі [107, с. 679]. Виручку від реалізації діяльності слід розглядати як результат акту купівлі-продажу продукту в певній формі.

Таблиця 1.1

Співвідношення аксиологічних понять результату діяльності

Поняття	Структура поняття	Визначення поняття
Дієвість [102, с. 211]	Результат – ціль	Ступінь досягнення цілі; співвідношення цільових та фактичних показників діяльності
Якість [148; 102, с. 212]	Результат (продукт) – вимоги	Ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги. Тобто це відповідність властивостей об'єкта висунутим вимогам, а також специфікаціям, очікуванням клієнтів, у тому числі своєчасність та зручність виконання робіт
Спроможність [148]	Властивість – процес – вимоги	Здатність організації, системи або процесу виробляти продукцію, яка відповідатиме вимогам до цієї продукції
Результативність [32]	Результат (дохід) – план (дохід)	Співвідношення досягнутого результату та запланованого завдання
Економічність [102, с. 212]	Результат (витрати) – план (витрати)	Ступінь використання ресурсів; порівняння ресурсів, які передбачається використати для досягнення поставлених цілей, виконання робіт з фактичним обсягом використаних ресурсів

Прибутковість [102, с. 212]	Результат (дохід)– витрати	Співвідношення між валовими доходами та сумарними витратами
Продуктивність [102, с. 212]	Результат (обсяг) – витрати	Співвідношення кількості продукції до витрат на її випуск
Рентабельність [107, с. 756]	Результат – витрати	Рівень віддачі витрат і ступінь використання засобів у процесі виробництва і реалізації продукції
Ефективність [32]	Результат – витрати	Співвідношення досягнутого результату до витрат на реалізацію

Джерело: Складено автором з використанням [32; 161; 102, с. 211-212; 115; 42, с. 756].

На думку А. М. Турила, відмінність у визначенні поняття «продуктивність виробництва» та «економічна ефективність» полягає не тільки в різному результаті діяльності підприємства, а й у необхідності врахування різних витрат: у першому випадку – застосовані ресурси як одноразові витрати, а у другому – споживані ресурси як поточні витрати. При цьому результат діяльності підприємства у процесі її здійснення слід розглядати як проміжний, що виражається в отриманні валового доходу від реалізації продукції, умовно-кінцевий, тобто прибуток до оподаткування, та кінцевий, що розраховується як чистий прибуток [161]. Такий підхід дає можливість виявити проміжний, умовно-кінцевий та кінцевий економічні ефекти та відповідно проміжну, умовно-кінцеву та кінцеву економічну ефективність.

Таким чином, економічна ефективність діяльності на рівні підприємства ототожнюється з поняттям «результативність» у загальному значенні, про що свідчить визначення економічної ефективності підприємства відповідно до узагальненого підходу: це «важливий показник оцінки результативності діяльності підприємства, що представляє собою співвідношення результатів цієї діяльності; це відношення результатів до затрат...» [107, с. 1055-1056].

Незважаючи на такий підхід до тлумачення понять «результативність» та «ефективність», слід нагадати позицію П. Друкера стосовно того, що між ними існує певна різниця. Так, перше поняття слід трактувати як «робити правильні речі», а друге поняття – як «робити речі правильно» [58, с. 661], тобто, як ефективніше використовувати наявні у підприємства ресурси (матеріальні, трудові, фінансові тощо).

В Україні для запобігання термінологічній плутанині чітко визначено трактування цих понять відповідно до чинних законодавчих положень у Державному стандарті технічних умов ISO 9000:2007 «Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів»: «результативність (effectiveness) – ступінь реалізації запланованих дій і досягнення запланованих результатів», а «ефективність (efficiency) – це співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами» [148], тобто між величиною створених товарів та послуг і сукупними витратами, виокремлюючи затрати праці, у грошовій формі. Таке зіставлення одержаних результатів і витрат лежить в основі розрахунків макроекономічних показників для характеристики економічної ефективності на різних рівнях.

По іншому, до класифікації економічної ефективності підходять автори статті «Визначення сутності економічної ефективності та класифікація її видів» (рис.1.1)

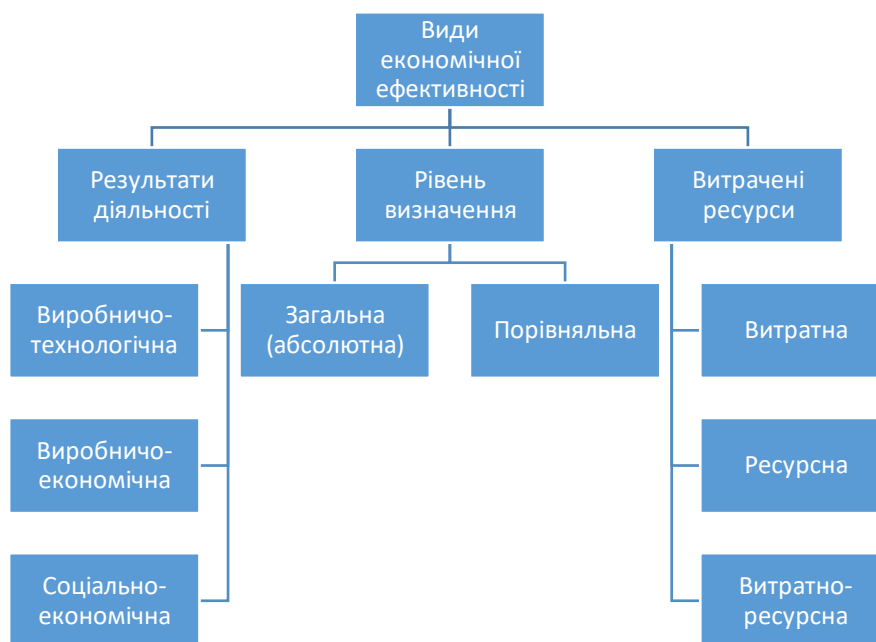


Рис 1.1– **Види економічної ефективності за класифікацією М. Братанич**

Дерело: Складено автором з використанням матеріалів [13].

Як визначають Братанич М. і Полозова Т. «визначення економічної ефективності діяльності підприємства полягає в оцінці його результатів». «Результатами можуть бути обсяги виготовленої продукції, – підкреслюють автори, – в натуральному чи вартісному (за оптовими цінами або за собівартістю) вираженні або прибуток. Але ж сама по собі величина цих результатів не дає змоги робити висновки про ефективність або неефективність діяльності підприємства, оскільки невідомо, якою ціною отримані ці результати [13].

За умов пострадянської економіки де суб'єкти господарювання були відокремленні один від одного у системі планування, контролю та організації процесу ефективності виробництва, ефективність мала форму виробничого процесу. У той же час формування ринкової економіки з поступовим розвитком оптової та роздрібною торгівлі, становленням та функціонуванням суб'єктів ринкової інфраструктури обумовило відокремлення певних виробничих процесів на підприємствах та визначення результативності їх

запровадження, а подальше поглиблення логістичних процесів та керування системами управління якістю на кожному етапі товаропросування.

На основі результатів узагальнення літературних джерел та власних досліджень обґрунтовано висновок, що ефективність переробки та реалізації молока розглядається як результативність суб'єктів господарювання у процесі створення доданої вартості товару, що передбачає просування кінцевого продукту, виготовленого на промисловій основі. Це означає, що ефективність розглядається у ланцюгу – виробництва молока як сировини – переробки молока як готової продукції та просування молока як кінцевого продукту. Ефективність переробки та реалізації молока досліджується за комплексним підходом, який передбачає аналіз показників і виявлення факторів впливу на споживчий ринок молока.

Підвищення уваги до питань економічної ефективності діяльності підприємств виявляється на різних рівнях системи управління та координування дій: локальному, регіональному (місцевому) та національному. Це пов'язано з тим, що розкриття питань економічної ефективності діяльності підприємств базується на встановленні їхніх виробничих результатів, що враховуються при формуванні валової доданої вартості та валового продукту на рівні галузей, регіонів, країни в цілому та впливають на значення народногосподарського ефекту загалом. Отже, простежується тісний взаємозв'язок між економічною ефективністю діяльності на мікро-, мезо- та макрорівні.

У сучасних умовах господарювання на макро- та мезорівні зростає вагомість не матеріально-уречевленої, а суспільної форми економічної ефективності, що полягає в результативності вирішення питань насичення внутрішнього ринку товарами певної групи та послугами певного виду (на рівні галузі) або ж загалом всіма видами товарів та послуг (на рівні країни, регіону) відповідно до сформованого внутрішнього попиту кінцевих споживачів. У

зв'язку з цим постають питання щодо ефективності правового, державного та ринкового регулювання встановлення справедливої ціни на кінцеві продукти виробництва, зокрема на стратегічно важливі продовольчі товари, відповідно до рівня платоспроможності населення, а також щодо конкурентної поведінки суб'єктів господарювання.

Економічна ефективність на рівні держави виявляється в результативності здійснення макроекономічної політики та державної регіональної соціально-економічної політики через запровадження системи заходів з митного та валютного регулювання, податкової, грошово-кредитної та цінової політики держави. У цьому контексті в межах окремих регіонів економічна ефективність на рівні держави виявляється в результативності державної соціально-економічної політики відповідних адміністративно-територіальних одиниць.

На рівні регіонів розглядають також ефективність регіонального господарства. На думку І. Михасюка, це показник «встановлення залежності розміру споживання національного доходу від трудової участі працездатного населення регіону (області) і кінцевих результатів роботи», тобто як різниця між виробництвом і споживанням національного доходу [57, с. 513], що дає змогу визначити вклад кожного регіону та його суб'єктів господарювання у формування валового внутрішнього продукту. Визначаючи результати діяльності суб'єктів господарювання на галузевому рівні в грошовій формі, можливо також визначити їх вклад у формування валового регіонального продукту та його структури за видами економічної діяльності, виділяючи основні, допоміжні й обслуговуючі галузі регіональної економіки.

Ефективність регіонального та національного господарства необхідно також розглядати за основними секторами економіки, виділяючи державний сектор і сектор комерційних та некомерційних організацій, окремо

сільськогосподарські та переробні підприємства, оскільки величина цього показника залежить від доцільності приватизації й особливостей цього процесу, можливості надання державної допомоги, стимулювання або обмеження розвитку окремих суб'єктів господарювання, певних галузей регіональної економіки. Тому в умовах розвитку трансформаційних процесів в економіці доцільно розглянути питання економічної ефективності діяльності підприємств, тобто на мікрорівні.

На мікрорівні ефективність діяльності суб'єктів господарювання слід розглядати в цілому по підприємству та контактній аудиторії, як загальну ефективність, а також окремо за процесами, зокрема виробничими, як ефективність діяльності його технологічних одиниць відповідно до встановленої структури управління. При цьому загальну ефективність по підприємству визначають не як суму показників економічної ефективності його виробничих та адміністративних структурних підрозділів, а як відношення сукупних результатів і сукупних витрат у результаті здійснення діяльності.

З огляду на дослідження, що проведені з питань впливу економічних та інших факторів підприємницького середовища, зазначаємо, що існує проблема їх класифікації та групування за ознаками. Адже, комплекс факторів може по різному надавати вплив на різні аграрні галузі у сучасних умовах. Так, на сьогодні, поглиблення євроінтеграційних процесів ставить на перше місце зовнішньоекономічний вплив на результати діяльності аграрних підприємств через привабливість галузі, розширення можливостей експортування продукції, стандартизацію продукції за європейськими та світовими стандартами.

В той же час підтримкою для розвитку галузі за таких умов повинно стати нормативно-правове поле, в якому працює окреме взяте аграрне

підприємство через підтримку та дотації держави на регіональному рівні, програми розвитку галузі, оновлені державні стандарти якості продукції, тощо.

Вище наведені критерії надають вплив загальне середовище підприємств. Окреме взяте підприємство не може вплинути на зміну умов зовнішнього середовища, а лише враховує їх у господарській діяльності. Тому, для прогнозування економічних процесів та розробки стратегії розвитку аграрних підприємств дуже важливо порівняти між собою та врахувати максимально впливові фактори. У той же час, у зовнішньому середовищі більшість вітчизняних вчених зазначають вплив умов, які можуть частково контролюватися та управлятися підприємством у конкурентному середовищі. Наявність довгострокових угод із торгівельними мережами, налагоджені взаємостосунки із постачальниками матеріальних ресурсів та сировини, використання інноваційних технологій переробки продукції постають конкурентними перевагами для підприємств аграрної галузі.

Для врахування всіх можливих факторів на ефективність діяльності аграрних підприємств прямого та опосередкованого впливу за нашою думкою необхідно згрупувати їх за характерними ознаками (рис 1.2)



Рис 1.2. **Комплекс впливу факторів мікро- та макросередовища на стан ринку молока**

Джерело: Узагальнення автора

Для підприємств характерним є визначення ефективності виробництва окремих видів продукції в межах відповідних виробничих структурних підрозділів. Особливої важливості набувають ці питання при освоєнні підприємством нових сегментів внутрішнього ринку, встановлених за географічним критерієм або критерієм споживацьких груп, або при виході на зовнішній ринок з виробленим товаром. У цьому разі слід розглядати