

УДК 658.8.012.12

Гуржій Н.Г.

здобувач кафедри маркетингу
Полтавської державної аграрної академії

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ЗБУТОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

INVESTIGATION OF FACTORS AFFECTING SALES ACTIVITY OF MEAT PROCESSING ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

Метою статті є визначення чинників, що впливають на збутову діяльність м'ясопереробних підприємств. Здійснено їх класифікацію залежно від рівня середовища та напряду дії. Методом попарних порівнянь визначено найбільш впливові чинники на макро-, мезо-, та мікрорівні. Досліджено показники ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємств, та визначено внутрішні факторні змінні впливу на збутову діяльність підприємств.

Ключові слова: збут, фактори впливу, ресурсний потенціал, попарні порівняння, макросередовище.

АННОТАЦИЯ

Целью статьи является определение факторов, влияющих на сбытовую деятельность мясоперерабатывающих предприятий. Осуществлена их классификация в зависимости от уровня среды и направления действия. Методом парных сравнений определены наиболее влиятельные факторы на макро-, мезо- и микроуровне. Исследованы показатели эффективности хозяйственно-финансовой деятельности предприятий, и определены внутренние факторные переменные наибольшего влияния на сбытовую деятельность предприятий.

Ключевые слова: сбыт, факторы воздействия, ресурсный потенциал, попарные сравнения, макросреда.

ANNOTATION

The article aims to determine the factors that affect the sales activities of meat processing enterprises. Their classification depending on the level of protection and direction of action was made. Using the method of pairwise comparisons, the author identified the most influential factors at the macro, meso and micro levels of environment. The performance indicators of economic and financial activity were investigated and internal factor variables on sales by firms were identified.

Keywords: sales, impacts, resource potential, pairwise comparison, macroenvironment.

Постановка проблеми. Кожне підприємство функціонує в умовах зовнішнього та внутрішнього середовища, які визначають можливості та обмеження для його діяльності. У ході функціонування підприємства відбувається безперервний процес обміну із зовнішнім середовищем, що є необхідною умовою підтримки потенціалу та виживання підприємства. В умовах нестабільності та мінливості економіки дуже важливим для кожного суб'єкта господарювання є своєчасне реагування на зміни у зовнішньому середовищі та швидке пристосування до них. Цьому сприяє заздалегідь проведений стратегічний аналіз факторів, що впливають на збутову діяльність підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню факторів впливу на діяльність підприємств присвячено праці науковців Й. Шумпетера [1], А.Е. Воронкової [2],

В.С. Пономаренко, А.М. Золотарьов, І.М. Волик, С.Л. Кушнар [3,7], І.М. Лифиц [6] та ін. Проте недостатньо уваги присвячено розгляду та визначенню найбільш значимих чинників саме в розрізі збутової діяльності підприємств м'ясопереробної галузі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Дослідження та обґрунтування найбільш впливових факторів, що визначають результативність збутової діяльності м'ясопереробних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розробка стратегії підприємства починається з визначення основних орієнтирів підприємницької діяльності, яка у поєднанні з мотиваційною ідеєю визначає основні напрями розвитку підприємства і встановлює його цілі [1, с. 54]. Важливим джерелом інформації для формування стратегічних цілей є інформація про внутрішнє, проміжне і зовнішнє середовище, аналіз яких дозволяє оцінити реальність поставлених цілей, спрогнозувати можливі зміни і вибрати найефективнішу стратегію розвитку підприємства [2, с. 123].

На першому етапі проведення стратегічного аналізу середовища господарювання при здійсненні збутової діяльності м'ясопереробних підприємств пропонується здійснити визначення факторів впливу різних рівнів оточення підприємства, а також встановлення їх значимості.

З точки зору керованості визначають: макросередовище – тобто сукупність факторів, що мають непрямий вплив на підприємство та є некерованими; мезосередовище – чинники, які можуть коректуватися підприємством через створення ефективних комунікацій; внутрішнє середовище – сукупність властивостей, що безпосередньо виникають на підприємстві та ним контролюються.

В таблиці 1 представлені фактори впливу на збутову діяльність м'ясопереробних підприємств, що згруповані у відповідності до напрямку їх впливу.

На вибір методу аналізу макро- та мезооточення підприємства впливають такі характеристики зовнішнього середовища [3; 4; 5]:

- множинність – велика кількість чинників, що впливають на підприємство;
- динамічність – швидкість змін, з якою відбуваються зміни в середовищі підприємства;

– невизначеність – кількість і надійність інформації про конкретні чинники зовнішнього оточення; чим вище невизначеність, складніше управлінцям сформулювати вектор розвитку збутової діяльності з конкретними параметрами;

– взаємозв'язок факторів, що визначається мірою, з якою один з чинників впливає на інший.

До наведеного набору характеристик А.Е. Воронкова [2] вважає необхідним додати наступні параметри зовнішнього середовища:

– конгруентність – рівень відповідності реального стану елементів зовнішнього середовища уявленням підприємства про них. Дана характеристика тісно пов'язана з характеристикою невизначеності, однак вона не повторює її, так як вона відображає процес обробки інформації про елементи зовнішнього середовища і формування певних уявлень про них;

– емерджентність – система зовнішнього середовища в цілому характеризується новою якістю (здатністю, параметром), яка не є простою арифметичною сумою якостей її елементів. Таким чином, можна говорити, що зміни одного елемента зовнішнього середовища впливають на зміни всього зовнішнього середовища з різним ступенем: від ефекту стійкості до ефекту резонансу;

– передбачуваність – ступінь можливого прогнозування стану елементів зовнішнього середовища, а також всієї її системи в цілому.

Визначені характеристики зовнішнього середовища, а також різноманітність факторів впливу, їх системність та одночасність створюють необхідність оцінки їх значимості у взаємозв'язку між собою. Для цього доцільно застосувати метод визначення пріоритетів, що базується на експертних оцінках та має матричну форму представлення [8, с. 67]. Так як визначені фактори чи тенденції розвитку середовища мають протилежний вплив на збутову діяльність, то раціонально, на думку автора, оцінити їх важливість за кожним напрямом та визначити найважливіші інтенсифікуючі та редукуючі чинники. Для цього була сформована експертна група, що складалася з керівників та провідних спеціалістів відділів збуту досліджуваних м'ясопереробних підприємств Харківської області, які здійснювали попарне порівняння факторів, встановлюючи оцінку взаємозв'язку між ними на рівні: «більше» – при домінуванні певного фактору, «дорівнює» – при їх однаковому значенні, «менше» – при меншому значенні фактору.

Наступним кроком є формування результативної матриці X , елементи якої є результатами попарних порівнянь факторів. При чому елемент x_{ij} приймає значення 1,5, якщо i -тий фактор приваляє j -тий; $x_{ij}=1$ – якщо вплив факторів однаковий, та елемент x_{ij} буде дорівнювати 0,5, коли j -тий фактор має більший вплив, ніж i -тий.

Таблиця 1

Фактори впливу на збутову діяльність м'ясопереробних підприємств

Рівень середовища \ Напрямок впливу	Редукуючі	Інтенсифікуючі
Макросередовище	Rx1. Зростання темпів інфляції швидше, ніж номінальна заробітна плата Rx2. Недостатнє державне фінансування АПК Rx3. Ревальвація національної валюти Rx4. Зростання податкових ставок Rx5. Підвищення цін закупівлі сировини Rx6. Зниження ставок імпортного мита на готову м'ясну продукцію. Rx7. Нестабільність правового забезпечення	Ix1. Збільшення реальної заробітної плати Ix2. Ефективна державна політика, спрямована на підтримку м'ясопереробної галузі Ix3. Девальвація національної валюти Ix4. Державна політика протекціонізму в міжнародній торгівлі продукцією м'ясопереробної галузі Ix5. Ріст кількості населення Ix6. Сприятливий інвестиційний клімат, що забезпечує розширення джерел фінансування підприємств
Мезосередовище	Ry1. Інтенсифікація прямої та непрямой конкуренції Ry2. Низький розвиток інфраструктурного забезпечення збутової діяльності Ry3. Низька зацікавленість підприємств-виробника щодо рівня сервісного обслуговування кінцевого споживача Ry4. Неузгодженість стратегічних цілей та завдань суб'єктів в каналах збуту	Iy1. Поглиблення взаємодії в збутових каналах Iy2. Зростання лояльності споживачів Iy3. Високий рівень інформаційного забезпечення щодо змін вподобань споживачів Iy4. Наявність ефективного організаційно-економічного механізму взаємодії з посередниками
Мікросередовище	Rz1. Відсутність системи мотивації збутового персоналу Rz2. Низький рівень розвитку професійних компетентностей працівників відділу збуту Rz3. Низька ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства Rz4. Відсутність ефективного управлінського інструментарію на стратегічному та операційному рівнях	Iz1. Використання інноваційних технологій при здійсненні збутової політики Iz2. Конкурентоспроможність товару в розрізі ціна/якість. Iz3. Сформований позитивний ринковий імідж Iz4. Широкий асортиментний ряд товарів

Для оцінки відносної ваги факторів необхідно розрахувати показники в декілька етапів: спочатку розраховується

$$S_{i1} = \sum_1^n C_{ig}, \quad (1)$$

де n – число факторів.

Потім визначається показники в наступній послідовності (за формулами 2-6):

$$S_1 = \sum_1^n S_{i1}, \quad (2)$$

$$P_{i1} = S_{i1} / S_1, \quad (3)$$

$$S_{im} = \sum_1^n C_{ig}, \quad (4)$$

$$S_m = \sum_1^n S_{im}, \quad (5)$$

$$P_{im} = S_{im} / S_m. \quad (6)$$

Результати порівнянь та розрахунку відносної ваги факторів редукуючого впливу представлені в таблиці 2:

Дослідження значимості впливу факторів інтенсифікуючого впливу представлені в таблиці 3:

За проведеними оцінками можливо виділити наступні фактори, що найбільше впливають на збутову діяльність підприємства:

– серед редукуючих факторів макросередовища найбільший вплив мають прискорення зростання інфляції відносно номінальної заробітної плати, а також зниження митного

захисту внутрішнього ринку від готових імпортованих виробів; на рівні мезосередовища однаковий вплив має зростання конкуренції та неузгодженість стратегічних цілей суб'єктів в каналах збуту; серед складових мікросередовища – низький рівень використання виробничого потенціалу підприємства та низька ефективність чи відсутність механізму стратегічного управління;

– важливими серед інтенсифікуючих факторів є збільшення реальних доходів споживачів та посилення протекціонізму; на мезорівні в першу чергу необхідно звертати увагу на поглиблення взаємодії в каналах збуту та удосконалення організаційно-економічного механізму взаємодії; на макrorівні, на думку експертів, в першу чергу необхідно звернути увагу на конкурентоспроможність продукції та формування позитивного іміджу на ринку.

Так як одним із редукуючих факторів експертами визначено низький рівень використання внутрішнього ресурсного потенціалу підприємства, а даний показник є керованим, тобто тим, на який можливо здійснювати вплив суб'єкту управління, автором пропонується дослідити, за рахунок яких показників використання внутрішніх ресурсів відбувається значніша зміна об'єму реалізації продукції. Показники впливу і результуючий показник можуть бути вимірними, тому для дослідження можуть застосовуватись статистичні методи, а саме кореляційно-регресійний аналіз за допомогою модулю

Таблиця 2

Матриця результатів порівнянь факторів редукуючого впливу на збутову діяльність м'ясопереробних підприємств

Макросередовище											
	Rx1	Rx2	Rx3	Rx4	Rx5	Rx6	Rx7	S_{i1}	P_{i1}	S_{i2}	P_{i2}
Rx1	1	1,5	1,5	1,5	1,5	1	1,5	9,5	0,2639	90,25	0,2486
Rx2	0,5	1	0,5	1	0,5	1	1,5	6	0,1667	36	0,0992
Rx3	0,5	1,5	1	1,5	1	0,5	1,5	7,5	0,2083	56,25	0,1550
Rx4	0,5	1	0,5	1	1	0,5	1	5,5	0,1528	30,25	0,0833
Rx5	0,5	1,5	1	1	1	0,5	1,5	7	0,1944	49	0,1350
Rx6	1	1	1,5	1,5	1,5	1	1,5	9	0,2500	81	0,2231
Rx7	0,5	0,5	0,5	1	0,5	0,5	1	4,5	0,0918	20,25	0,0558
S_m								49		363	
Мезосередовище											
	Ry1	Ry2	Ry3	Ry4				S_{i1}	P_{i1}	S_{i2}	P_{i2}
Ry1	1	1,5	1,5	1				5	0,3125	25	0,3650
Ry2	0,5	1	1,5	0,5				3,5	0,21875	12,25	0,1788
Ry3	0,5	0,5	1	0,5				2,5	0,15625	6,25	0,0912
Ry4	1	1,5	1,5	1				5	0,3125	25	0,3650
								16		68,5	
Мікросередовище											
	Rz1	Rz2	Rz3	Rz4				S_{i1}	P_{i1}	S_{i2}	P_{i2}
Rz1	1	1	0,5	0,5				3	0,1875	9	0,1324
Rz2	1	1	0,5	0,5				3	0,1875	9	0,1324
Rz3	1,5	1,5	1	1				5	0,3125	25	0,3676
Rz4	1,5	1,5	1	1				5	0,3125	25	0,3676
S_m								16		68	
								3	0,1875	9	0,1324

Таблиця 3

**Матриця результатів порівнянь факторів інтенсифікуючого впливу
на збутову діяльність м'ясопереробних підприємств**

Макросередовище											
	Ix1	Ix2	Ix3	Ix4	Ix5	Ix6		S ₁₁	P ₁	S ₁₂	P ₁₂
Ix1	1	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5		8,5	0,2361	72,25	0,3141
Ix2	0,5	1	1	1	0,5	1,5		5,5	0,1528	30,25	0,1315
Ix3	0,5	1	1	0,5	0,5	1		4,5	0,1250	20,25	0,0880
Ix4	0,5	1	1,5	1	1,5	1,5		7	0,1944	49	0,2130
Ix5	0,5	1,5	1,5	0,5	1	1,5		6,5	0,1806	42,25	0,1837
Ix6	0,5	0,5	1	0,5	0,5	1		4	0,1111	16	0,0696
S _m								36		230	
Мезосередовище											
	Iy1	Iy 2	Iy 3	Iy 4				S ₁₁	P ₁	S ₁₂	P ₁₂
Iy 1	1	1,5	1,5	1,5				5,5	0,34375	30,25	0,4416
Iy 2	0,5	1	1	0,5				3	0,1875	9	0,1314
Iy 3	0,5	1	1	0,5				3	0,1875	9	0,1314
Iy 4	0,5	1,5	1,5	1				4,5	0,28125	20,25	0,2956
S _m								16		68,5	
Мікросередовище											
	Iz 1	Iz 2	Iz 3	Iz 4				S ₁₁	P ₁	S ₁₂	P ₁₂
Iz 1	1	0,5	0,5	0,5				2,5	0,15625	6,25	0,0926
Iz 2	1,5	1	1,5	1				5	0,3125	25	0,3704
Iz 3	1,5	0,5	1	1,5				4,5	0,28125	20,25	0,3000
Iz 4	1,5	1	0,5	1				4	0,25	16	0,2370
S _m								16		67,5	

«Множинна регресія» системи STATISTICA. Для аналізу пропонується визначити показники ефективності використання основних та оборотних фондів підприємств, трудових ресурсів, а також показники аналізу фінансової діяльності (рис. 1).

За результатами аналізу були визначені наступні найбільш значимі показники: фондовіддача, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт оборотності власного капіталу.

Ступінь впливу кожного із показників на результуючий фактор можливо відобразити за допомогою рівняння лінійної множинної регресії:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3, \quad (7)$$

де Y – результуючий показник;

a – вільний член регресії;

b₁, b₂, b₃ – коефіцієнти множинної регресії;

x₁, x₂, x₃ – факторні змінні.

В результаті проведених розрахунків отримано наступне рівняння регресії:

$$V_s = -29082,2 + 20039,5F_0 + 74285,4K_{ПЛ} + 17,5K_{ВК},$$

де V_s – обсяг реалізації продукції, тис. грн.;

F₀ – фондовіддача грн./грн.;

K_{ПЛ} – коефіцієнт поточної ліквідності;

K_{ВК} – коефіцієнта оборотності власного капіталу.

Оцінюючи якість отриманої моделі, варто відзначити:

– між залежним показником V_s та незалежними змінними існує значний взаємозв'язок, так як множинний коефіцієнт кореляції побудованої моделі достатньо високий – R = 0,97;

– коефіцієнт детермінації R-square = 0,95 та скоригований на втрату ступенів свободи коефі-

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	V _s	F ₀	Me	КВК	Тдз	ТКЗ	КАВ	КПЛ	КАЛ	ROE	ROA	ROP
ТОВ "Салтський м'ясокомбінат"	237455	7,2469	0,833	4,23	62,3	70,15	0,5511	1,742	0,0437	0,0438	0,0241	0,011
ТОВ "Український м'ясокомбінат"	51442	3,1283	0,861	6,14	2,6	34,29	0,5548	0,25	0,0021	0,0995	0,0552	0,016
ТОВ "Харківський м'ясокомбінат"	140762	4,2391	0,725	23,54	21,78	46,52	0,1013	0,616	0,0112	0,7468	0,0756	0,034
ТОВ "ВП Роганський м'ясокомбінат"	136972	7,1833	0,693	9,72	60,15	205,38	0,2114	0,398	0,003	-0,2237	-0,0473	-0,023
ПрАТ "Комплекс Безлодівський м'ясокомбінат"	80343	1,7286	0,773	3493,17	37,55	360,4	0,0003	0,186	0,0029	-174,652	0,0541	-0,049
ПАТ "Богодухівський м'ясокомбінат"	19593	2,3181	0,131	34,07	25,43	103,33	0,0546	0,29	0,0196	0,393	0,0215	0,012
ПАТ "Красноградський м'ясокомбінат"	4094	0,6715	1,078	1,69	75,1	2261,35	0,3085	0,294	0,0037	-0,6934	-0,2139	-0,238

Рис. 1. Розрахункові дані, внесені за допомогою програми Statistica

Итоги регрессии для зависимой переменной: Vs (Таблица данн
 $R = ,97447806$ $R^2 = ,94960748$ Скорректир. $R^2 = ,89921496$
 $F(3,3) = 18,844$ $p < ,01891$ Станд. ошибка оценки: 25988,

	БЕТА	Стд. Ош. БЕТА	В	Стд. Ош. В	t(3)	p-уров.
N=7						
Св.член			-29082,2	21034,96	-1,38256	0,260743
F _о	0,633951	0,180601	20039,5	5708,87	3,51024	0,039191
K _{ТЛ}	0,497476	0,176439	74285,4	26346,65	2,81954	0,066764
K _{ВК}	0,280592	0,138812	17,5	8,64	2,02138	0,136474

Рис. 2. Результативні дані для побудови моделі множинної регресії

цієнт множинної детермінації $R^2 = 0,899$ мають наблизнені значення, що вказує на високу якість моделі;

– значення критерію Фішера $F = 18,8$ при p значущості $p = 0,018$ вказує, що дана модель високо значуща.

Проведені розрахунки представлені на рис. 2.

Коефіцієнти регресії показують, що:

– із підвищення фондівдачі на 1 грн./грн. обсяг реалізованої продукції зростає на 20039,5 грн.;

– ще більший вплив має коефіцієнт поточної ліквідності – при його зростанні на одиницю виручка від реалізації продукції збільшується на 74285,4 грн.;

– при зростанні оборотності коефіцієнта оборотності власного капіталу на одиницю обсяг реалізації збільшується на 17,5 грн.

Висновки. Досліджені фактори впливу зовнішнього середовища в залежності від його рівня та напряму впливу. Визначено, що серед редуруючих факторів найбільший вплив мають: зростання інфляції, зниження митного захисту внутрішнього ринку; зростання конкуренції та неузгодженість стратегічних цілей суб'єктів в каналах збуту; низький рівень використання виробничого потенціалу підприємства та низька ефективність чи відсутність механізму стратегічного управління збутом. Важливими серед інтенсифікуючих факторів є збільшення реальних доходів споживачів та посилення протекціонізму; поглиблення взаємодії в каналах збуту та удосконалення організаційно-економічного механізму взаємодії; зростання конкурентоспроможності продукції та формування позитивного іміджу на ринку. Доведено, що рівень використання внутріш-

нього потенціалу визначають в першу чергу фондівдача, коефіцієнт поточної ліквідності та коефіцієнт оборотності власного капіталу. Дане наукове дослідження може бути аналітичною базою для прийняття ефективних стратегічних рішень щодо здійснення збутової діяльності підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : Директмедиа Паблшинг, 2008. – 401 с.
2. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным
3. потенциалом предприятия : диагностика и организация / А.Э. Воронкова. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского национального университета, 2000. – 315 с.
4. Пономаренко В.С., Золотарьов А.М., Волик І.М., Кушнар С.Л. Стратегічне управління організаційними перетвореннями на промислових підприємствах. – Х.: ХНЕУ, 2005. – 451 с.
5. Томпсон-мл. А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа, 12-е издание ; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
6. Samuel C. Certo, Paul Peter. Strategic management: concepts and applications. IRWIN, USA, 1994.
7. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М. : Юрайт-Издат, 2009. – 460 с.
8. Пономаренко В.С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / В.С. Пономаренко, О.М. Трідід, М.О. Кизим. – Х. : Видавничий дім «ІНЖЕК», 2003. – 328 с.
9. The Standard for Portfolio Management. – Project Management Institute, 2006. – 79 p.
10. Афонищкі А.І., Михаленко Д.Г. Управленческие решения в экономических системах : [учеб. для вузов]. – СПб. : Питер, 2009. – 480 с.