УДК 339.146.4:637

Комарницький Ігор Михайлович,
д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Львівського державного інституту новітніх технологій та управління ім. В'ячеслава Чорновола;
Цар Галина Василівна,
аспірант Львівського державного інституту новітніх технологій та управління ім. В'ячеслава Чорновола

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПІДТРИМКИ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ, ОРІЄНТОВАНИХ НА ЕКСПОРТ

Досліджено і проаналізовано проблеми розвитку молокопереробних підприємств України. Розроблено механізм організаційно-економічної підтримки молокопереробних підприємств, орієнтованих на експорт.

Ключові слова: молокопереробні підприємства, механізм організаційно-економічної підтримки, експорт, управління маркетингу.

Актуальність проблеми. Молокопереробні підприємства відіграють важливу роль в економіці держави та забезпеченні населення продуктами харчування першої необхідності. Молочна промисловість належить до провідних у харчовій і переробній промисловості та формує привабливий за обсягами ринок. Це пов'язано з тим, що продукція молочної галузі займає важливе місце у споживанні. Частка витрат на молочні продукти становить 15% від загальних витрат на харчування (це четверте місце після витрат на хлібобулочні, м'ясні, борошняні та макаронні вироби) [3, с.102].

Проблема виробництва молока, виготовлення молочних продуктів завжди є надзвичайно актуальною. Оскільки саме молочні продукти і молоко є надзвичайно цінними та незамінними продуктами харчування, особливо для осіб похилого віку і дітей.

Для того щоб стабільно реалізовувати якісну продукцію за помірними цінами товар повинен бути в першу чергу конкурентоспроможним. Для досягнення високого рівня конкурентоспроможності необхідно ініціювати забезпечення підприємств новітніми технологіями підприємств.

Актуальність проблеми експорту вітчизняної молочної продукції на світові ринки пов'язана із відсутністю механізмів, які б сприяли виходу молокопереробних підприємств на міжнародні ринки. Експорт молокопродукції має велике значення для молокопереробних підприємств України та економіки держави, оскільки внаслідок зниження купівельної спроможності українців місткість вітчизняного ринку є обмеженою. З кожним роком частка імпорту молочної продукції в Україні збільшується, а експортний потенціал країни зменшується. Це негативно впливає на розвиток національної економіки. Адже динамічне ефективне функціонування експортного потенціалу – це основа досконалої структури національної економіки. Теоретичні аспекти функціонування та розвитку підприємств молокопереробної галузі та аналітичні дослідження їхньої діяльності знаходять логічне завершення у вигляді розроблених нами конкретних рекомендацій щодо формування організаційно-економічних механізмів підтримки молокопереробних підприємств, орієнтованих на експорт.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання виходу національних молокопереробних колективів на міжнародні ринки досліджується уже довгий час багатьма вченими. Теоретичні аспекти функціонування та розвитку підприємств, орієнтованих на експорт, розглянуті у працях українських економістів Кузьміна О.Є., Тивончука І.О., Івашківа Т.С., Пили В.І., Сичевського М.П. тощо і таких зарубіжних вчених, як Котлер Ф., Роуз К., Портер М. тощо.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є розроблення механізму організаційно-економічної підтримки молокопереробних підприємств, орієнтованих на експорт.

Основний матеріал дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На переконання автора, існує необхідність у застосуванні якісних новітніх методів державного і галузевого управління міжнародними зв'язками на основі розроблених механізмів, які повинні бути узгодженні з результатами діяльності на зовнішніх ринках.

Трансформація економіки України до ефективного функціонування ринкових відносин потребує створення відповідних економічних, організаційних та правових передумов для ефективного функціонування підприємств на висококонкурентних міжнародних ринках.

Дослідження свідчать, що основними причинами, які стримують розвиток підприємств молокопереробної галузі в Україні, є:

- відсутність системи законів, спрямованих на захист прав і підтримку молокопереробних підприємств у міжнародній економічній діяльності;
- слаборозвинута ринкова інфраструктура;
- відсутність економічних зв'язків між виробниками молока і підприємствами-переробниками молочної сировини;
- недосконаліть податкової політики;
- відсутність ефективних цільових програм розвитку і підтримки галузей, орієнтованих на зовнішні ринки.

Виходячи із вищеперелічених причин, для стимулювання розвитку підприємств молокопереробної галузі нами розроблений механізм організаційно-економічної підтримки молокопереробних підприємств, орієнтованих на експорт (рис. 1.1).

В умовах зростання конкуренції на зовнішніх ринках, споживачі стають вибагливішими у пошуку продукції, прагнуть екологічно-чистих продуктів, вимагають повної інформації про товар тощо.

Необхідно, щоб стратегічні рішення у комерційній діяльності, які приймаються маркетологами для виходу на зовнішні ринки та ефективного функціонування підприємств молокопереробної галузі, передбачали дослідження, прогнозування ринків збуту, створення за можливості власних торгових мереж або дистриб'юторських філій та інших методів торгівлі, які забезпечуються принципами міжнародного маркетингу.

Основна характеристика механізму організаційно-економічної підтримки молокопереробних підприємств, орієнтованих на експорт, полягає у сприянні виходу підприємств молокопереробної галузі України на перспективні зовнішні ринки.

Рекомендуємо створити Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України, основним завданням якого є проведення маркетингових досліджень на міжнародних ринках та сприяння виходу вітчизняних молокопереробних підприємств на зовнішні ринки.

Рисунок 1 – **Формування механізму організаційно-економічної підтримки молокопереробних підприємств, орієнтованих на експорт**

Функції Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України:

- надання консультацій щодо стану молочного ринку зокрема тих країн, на співпрацю з якими зосереджена дана молокопереробна фірма. Надавати такі консультації повинні професійні маркетологи-знавці молочної галузі на національному та світовому рівнях;
- проведення крос-культурного аналізу, що передбачає вивчення подібних і відмінних рис між споживачами із двох або більше держав;
- сприяння в отриманні кредиту молокопереробних підприємств. Реалізація цієї функції забезпечується через співпрацю Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України з банками і кредитними спілками. Працівники Управління маркетингу повинні дати рекомендації банку чи кредитній спілці відносно економічної платоспроможності підприємства, його прибутковості тощо;
- лобіювання законопроектів щодо підтримки молокопереробних підприємств, орієнтованих на експорт.

Застосування у практиці усіх вищеперелічених складників механізму допоможе національним виробникам молочної продукції вийти на зовнішні ринки і закріпитися на них.

Спеціалісти Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України на підставі попередньо проведених досліджень надають рекомендації відносно того:

- які країни відображають прибутково–перспективні показники у збуті кисломолочних продуктів;
- який товарний асортимент фірми буде конкурентоспроможним серед уже поданих

товарів на тому чи іншому сегменті іноземного ринку;

- який вид діяльності буде мати вищу рентабельність. Наприклад, відкриття філії чи підписання контракту з економічно-вигідним дистриб'ютором;
- яку цінову політику застосувати при реалізації певної товарної одиниці тощо.

Користуватися послугами Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України зможуть великі молокопереробні підприємства, які планують здійснити вихід на зовнішні ринки. Такі молокопереробні колективи повинні бути членами Спілки молочних підприємств України, сплачувати кошти у фонд організації у сумі 2000 грн за один квартал.

Дані кошти потрібні для того, щоб:

- сформувати фонд заробітної плати працівників організації;
- проводити маркетингові дослідження на іноземних ринках;
- утримувати офісне приміщення тощо.

Розроблена нами структура Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України має такий вигляд (рис. 2).

Рисунок 2 – **Запропонована структура Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України**

Створення Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України рекомендуємо у місті Києві. Доцільність розташування пояснюється так:

- по-перше, Київ – центр України;
- по-друге, саме в Києві знаходиться Спілка молочних підприємств України.

Функції працівників організації:

- маркетолог-спеціаліст міжнародних ринків повинен здійснювати крос-культурний аналіз, проводити дослідження зовнішніх ринків відносно їх наповнення товаровиробниками молочних продуктів, відносно наявності торговельних мереж тощо;
- функції товарознавця молочних продуктів – дослідження міжнародних сегментів ринку відносно наповненості товаром. Вивчення товарного асортименту фірм-конкурентів. Здійснення аналізу конкурентоспроможності певних позицій товару. Надання рекомендацій членам організації щодо процесу виходу на зовнішні ринки;
- економіст повинен проаналізувати доцільність і ефективність виходу на міжнародні ринки підприємств-замовників. Також завданням економіста є ведення

бухгалтерської звітності, фінансових документів тощо;

- в обов'язки офіс-менеджера входить приймання замовлень членів організації щодо здійснення досліджень на певних зовнішніх ринках. Також опрацювання і формування у певний звіт результатів аналізу товарознавця, маркетолога-спеціаліста міжнародних ринків та економіста. Донесення інформації звіту до членів-замовників. А також лобіювання законопроектів.

Висновки та пропозиції. Виробники продуктів харчування України функціонують в умовах високої конкуренції. Нестабільне ринкове середовище вимагає від суб'єктів ринку молокопереробної галузі адаптованості до змін, оскільки саме це є основним чинником конкурентоспроможності фірми.

Отже, для вирішення проблеми виходу національних підприємств-виробників на міжнародні ринки наші рекомендації полягають у такому, а саме у формуванні запропонованого механізму організаційно-економічної підтримки молокопереробних колективів, орієнтованих на експорт, який полягає у створенні Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України, основним завданням якого є проведення маркетингових досліджень на міжнародних ринках, здійснення аналізу на основі проведених досліджень, сприяння виходу на перспективні зовнішні ринки молокопереробних підприємств України та закріплення на них.

Запропоновано:

- функції Управління маркетингу зовнішньоекономічних зв'язків молокопереробних підприємств України;
- структуру Управління маркетингу;
- місце розташування Управління маркетингу.

Діяльність запропонованого Управління дозволить отримати первинні дані, одержані в результаті проведених досліджень на зовнішніх ринках. Це дозволить молокопереробним підприємствам обрати перспективні ринки для збуту своєї продукції. А також вибрати конкурентоспроможний товар для експорту.

Застосування на практиці наших рекомендацій дозволить вітчизняним виробникам молокопереробної галузі вийти на зовнішні ринки і закріпитись на них, отримати більші прибутки, здійснити рекламування підприємства та торгової марки продукції на світовому рівні. Також це дасть можливість залучення іноземних інвестицій для покращення діяльності підприємства, розширення товарного асортименту, закупівлі новітнього устаткування тощо.

1.Бельтюков Е.А. Выбор стратегии развития предприятия: уч. пособие. / Е.А. Бельтюков, Л.А. Некрасова. – Одесса : ОНПУ, 2002. – 250 с.

2.Маркетинг: підручник / [В. Раделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.]. – 3-тє вид. – К. : Консорціум, 2008. – 648 с.

3.Савицька В. Актуальні проблеми розвитку ринку молока і молочних продуктів / В. Савицька // Економіка АПК. – 2002. – № 11. – С. 102-138.

4.Сичевський М.П. Роль держави в управлінні розвитком харчової промисловості в умовах ринкових перетворень / М.П. Сичевський // Матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. «Регіональні проблеми розвитку агропромислового комплексу України: сучасний стан і перспективи вирішення». – К. : Стафед-2, 2002. – С. 146–147.

5.Чабан Г.В. Молочна промисловість: стан, проблеми і перспективи / Г.В. Чабан // Економіка АПК. – 2003. – № 5. – С. 51-56.

Отримано 13.07.2010 р.