



УДК 658.8:338.439.5:  
664.1  
© 2010

*О.М. Варченко,*  
доктор  
економічних наук

*К.В. Слупян*

*Білоцерківський  
національний аграрний  
університет*

## **НАПРЯМИ ОБҐРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ЦУКРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**Обґрунтовано доцільність застосування  
маркетингових стратегій для розвитку  
підприємств цукрової галузі. Узагальнено  
основні напрями диверсифікації переробних  
підприємств та їхній вплив на ефективність  
бурякоцукрового виробництва.**

Відродження цукробурякового виробництва в Україні, формування та розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків цукру є одним із найважливіших стратегічних напрямів здійснення глибоких соціально-економічних перетворень в агропромисловому комплексі. Це зумовлюється важливим значенням цукру в продовольчих ресурсах та сприятливими природно-економічними умовами України у розвитку цукробурякового виробництва. Протягом тривалого історичного періоду виробництво бурякового цукру відносилось до високоекспортної галузі і важливого джерела валютних надходжень держави.

Тривала системна економічна криза, яка охопила всі галузі агропромислового виробництва, особливо відчутно позначилася на цукровому виробництві, призвела до занепаду буряківництва як провідної рослинницької галузі, руйнування матеріально-ресурсного потенціалу цукрової промисловості, різкого спаду виробництва цукру і витиснення вітчизняних товаровиробників із зовнішнього продовольчого ринку. В середині 90-х років набуло стійкої тенденції скорочення посівних площ цукрових буряків, зниження їх урожайності та зменшення майже утричі обсягів валових зборів цукрової сировини. Внаслідок цього випуск цукру в Україні зменшився з 5,4 млн до 1,4 млн т. Тому вирішення невідкладних проблем, пов'язаних з відновленням і розвитком буряківництва в Україні, відродженням діяльності потужної цукрової промисловості з широким залученням іноземних інвесторів, застосуванням сучасних ресурсоощадливих технологій, створенням цивілізованого національного внутрішньодержавного ринку цукру і входженням України в світове ринкове середовище, є досить важливою умовою

виведення агропромислового виробництва з кризового стану.

**Аналіз основних досліджень та публікацій.** Проблема розвитку та формування стратегії підприємств цукрової галузі займалися вітчизняні вчені В.С. Бондар [1], О.М. Варченко [6], Н.П. Захаркевич [4], В.О. Котляренко [5], С.Л. Стасіневич [7] та ін.

**Мета дослідження** — обґрунтувати маркетингові стратегії розвитку підприємств цукрової галузі та виявити напрями їх застосування.

**Результати досліджень та їх обговорення.** Підприємства цукрової промисловості є вузькоспеціалізованими, які мають достатній виробничий досвід, що формує для них організаційні та управлінські конкурентні переваги на ринку. Відомо, що комерційний успіх підприємства, що функціонує на монопродуктовому ринку, можна забезпечити за умови лідерства в своїй галузі. Ринкова економіка вимагає іншого підходу до використання наявних внутрішніх можливостей підприємства, а для цього необхідний новий тип мислення керівництва підприємства, спрямований на стратегію диверсифікації.

Цукрове виробництво є специфічним унаслідок вузької спеціалізації — виробництво цукру дуже залежне від постачальників сировини. Монопродуктивний характер цукрових заводів робить галузь слабо захищеною від небажаних змін ринкової кон'юнктури на ринку цукру. У вітчизняних умовах на цукрових заводах часто відсутнє виробництво продукції інших видів, технологічно пов'язаних або не пов'язаних з цукровою галуззю, що робить їх ще більш уразливими в конкурентній боротьбі. Разом з тим, цукрова промисловість США і Західної Європи пропонує понад 150 різних продуктів перероб-

ки цукромісткої сировини, що дає змогу їм розширювати цільові ринки, підвищувати прибутковість і знижувати ризики [5].

Зазначимо, що наука і практика підвищення ефективності бурякоцукрового виробництва зазвичай пов'язують з поглибленням спеціалізації виробництва і меншою мірою — з її диверсифікацією. Разом з тим, світова і вітчизняна економіка доводить, що із поглибленням спеціалізації виробництва можна широко використовувати і процеси його диверсифікації. У сучасній теорії та практиці диверсифікація трактується як процес розширення асортименту продукції, напрямів діяльності не тільки підприємств, а й підготовки робочої сили, структури економіки регіонів і цілих країн, підходу до вибору партнерів та формування їх різноманітня.

Ефективність диверсифікації цукрових заводів характеризується тим, що дає змогу підвищувати зайнятість населення через створення нових робочих місць, організовувати нові види виробництва, раціональніше використовувати капітал, робити виробництво більш прибутковим і менш ризикованим, повніше використовувати виробничі потужності і земельні ресурси. Отже, ефективність диверсифікації цукрових заводів забезпечується й тим, що вона дозволяє насичувати ринки товарами, сприяє формуванню досконалої конкуренції, появі на ринках нових товарів і послуг. В умовах труднощів збуту продукції диверсифікація сприяє завоюванню нових ринкових ніш, більш комплексному вирішенню проблем продовольчої безпеки населення регіонів.

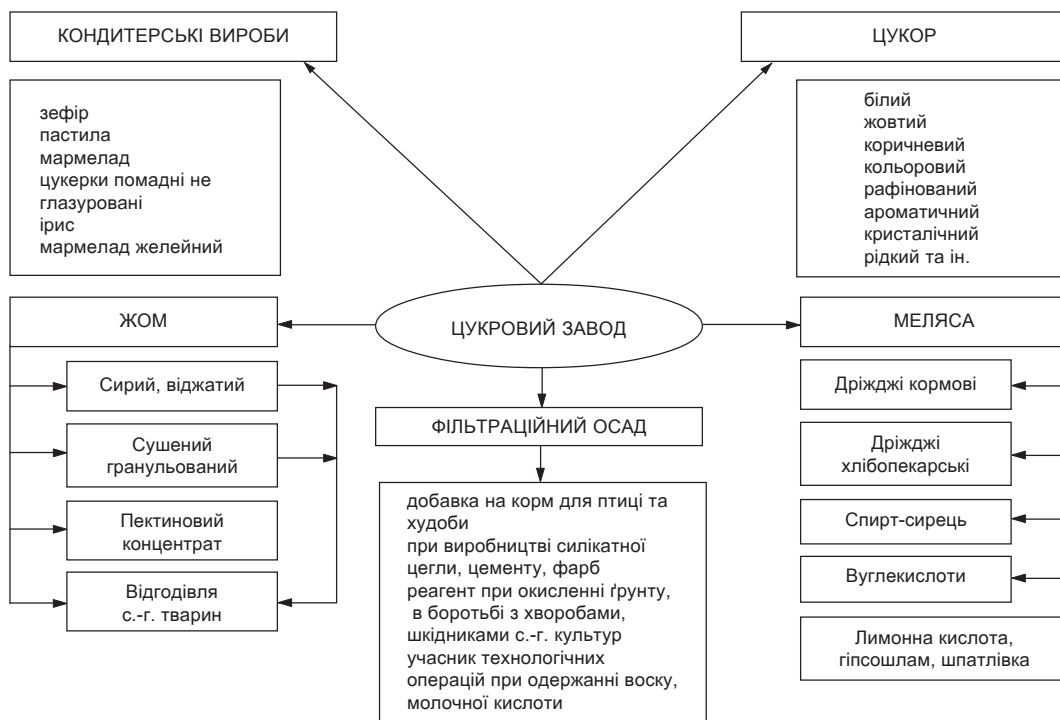
Диверсифікації досягають шляхом розширення напрямів діяльності та асортименту продукції і послуг відповідно до ринкового попиту. Для цього цукрові заводи створюють інтегровані об'єднання з метою виробництва сировини — цукрових буряків, організовують переробку цукру і продуктів, супутніх його виробництву (меласа, жом), пункти з відгодівлі великої рогатої худоби, її забою, переробки та реалізації. Вони створюють торгові підприємства для реалізації своєї продукції, а також нерідко і об'єкти соціального і культурного призначення. З метою забезпечення цукрових заводів сировиною вони орендують земельні площі для вирощування цукросировини, диверсифікують інвестиції та форми виробництва. При диверсифікації цукрових заводів підприємства розширюють сфери економічної діяльності на базі традиційних напрямів виробництва — цукру, меласи, жому, організують виробництво нових продуктів — рафінаду, кондитерських виробів. Це сприяє нарощуванню загальних обсягів виробництва, насиченню ринку товарами і послугами. Цукрові заводи підвищують рівень концентрації виробництва, знижують собівартість продукції, підвищують доходи працівників і рентабельність заводів. Диверсифікація виробничої діяльності цукрових заводів дозволяє їм

значно активізовувати свою діяльність у сфері торгівлі, що сприяє збільшенню обсягів реалізації продукції і зростанню доходів.

Серед провідних галузей вітчизняної харчової промисловості цукрова галузь є практично єдиною, асортимент готової продукції якої дотепер залишається дуже обмеженим. Наприклад, в країнах ЄС асортимент цукрової продукції різноманітний і орієнтується на вимоги споживачів. У країнах ЄС існує широкий товарний асортимент залежно від кольору (білий, жовтий, коричневий різних відтінків, кольоровий), ступеня очищення (рафінований і менш очищений), присутніх добавок (помадний цукор, желювальний, ароматичний і м'які види цукру), фізичного стану (кристалічний, рідкий, аморфний, пастоподібний) [9].

Вітчизняні цукрові заводи виробляють в основному цукор-пісок, що не задовольняє різноманітні запити споживачів на ринку. Дослідженнями встановлено, що в останні 2 роки намітилося деяке розширення товарного асортименту цукрових заводів через розвиток пакувальної промисловості, що дозволило зробити різноманітним товарний асортимент цукрової продукції і привернути увагу покупців. З урахуванням того, що упаковка є важливим маркетинговим чинником, який сприяє просуванню товару на ринок і є своєрідною «візитною карткою» виробника, частиною його торгової марки, цукрові підприємства стали більше уваги приділяти саме цьому елементу товарної продукції.

Заслугує на увагу вивчення досвіду БАТ «Гнідавський цукровий завод», одного з небагатьох підприємств бурякоцукрового комплексу з високою інноваційною активністю. Потужність цього заводу з переробки цукрових буряків становить 4900 тис. т за добу. Цукор-пісок БАТ «Гнідавський цукровий завод» має ряд переваг порівняно з аналогічною продукцією інших виробників: кольоровість, кристалоструктура, відсутність «борошна» (цукрового пилу). Для забезпечення високої якості продукції застосовують сучасні інтенсифікатори технологічних процесів, більш якісні артикули фільтрувальних тканин. Так, з 2004 р. уся продукція підприємства представлена на ринку під торговою маркою «Солодко». Це підприємство виробляє значні обсяги грудкових швидкорозчинних видів цукру, об'єднаних у лінійку «Шляхетні цукри України». Крім звичайного цукру-піску підприємство виробляє природний цукор — продукт, який містить мікро-, макроелементи, вітаміни В<sub>1</sub> та В<sub>2</sub>, амінокислоти, мінеральні солі та не містить консервантів, ароматизаторів і барвників. Також до асортиментних позицій, що пропонуються ТМ «Солодко», входять цукор-пісок, цукор у пакетах по 5 г, природний та пресований швидкорозчинний цукор, желювальний, крупнокристалічний та дрібнокристалічний, природний цукор тощо. Цей цукор фасується в поліпропіленові пакети або пресується



### Основні напрями диверсифікації цукрового заводу

ся на апараті з подальшим розфасуванням у коробки вагою 250 г, 500 г та 1 кг.

На сучасному етапі підприємство впроваджує нові засоби автоматизації, новітнє обладнання та устаткування. На заводі встановлені бурякорізки дискового типу, що дає змогу отримувати якісну бурякову стружку, комп'ютеризована робота дифузійних апаратів, усієї дефекосатурації, підготовки живильної води на дифузії, робота фільтраційного обладнання та випарної установки. В продуктовому відділенні було встановлено нові центрифуги 1-го продукту, перераховані центрифуги 2- та 3-го продуктів.

Значну технічну допомогу Україні у виведенні на ринок нових видів товарів надала відома у Європі корпорація Pfeifer&Langen (Німеччина). Саме цукор цієї фірми, що продають у Німеччині, Франції, Італії, Іспанії, Польщі та Румунії під торговими марками Kolner Zucker і Diamant Zucker, був зразком для аналогічної вітчизняної продукції.

Розширенню асортименту продукції цукрових заводів може сприяти і нижча собівартість сировини, що використовується. Відомо, що основною сировиною для кондитерських виробів є цукор, кількість якого до маси готової продукції коливається від 60 до 90%. Це означає, що організація виробництва кондитерських виробів на цукрових заводах сприятиме зниженню їх собівартості, оскільки з'являється

можливість використовувати не тільки цукор-пісок, а й цукрові розчини, зокрема різні рідкі напівфабрикати. Організація виробництва кондитерських виробів на цукрових заводах не вимагає дорогого устаткування, часто припускає лише незначну механізацію та використання ручної праці. На цукрових заводах доцільно виробляти пастилу, зефір, мармелад, желейний мармелад на пектині, неглазуровані, помадні та молочні цукерки, ірис [4].

Нами обґрунтовано можливі форми диверсифікації діяльності цукрових заводів, оскільки підприємства галузі володіють значним потенціалом, що дозволяє їм бути високоприбутковими і значно знижувати ризики. Відомо, що результатом бурякоцукрового виробництва є одержання великої кількості супутнього продукту — бурякового жому, вихід якого становить 80—83% до маси перероблених буряків. Він є цінним кормом, особливо для відгодівлі великої рогатої худоби, для молочного скотарства. Нині існують різні способи переробки жому для його подальшого використання — силосування, висушування, брикетування, грануляція з мелясою. Більш повніше зберегти живильні речовини жому дозволяють його сушка і грануляція, проте це вимагає додаткових витрат.

До найважливіших продуктів цукрового виробництва слід віднести і мелясу, яка є джерелом одержання ряду цінних продуктів харчово-

го призначення і використовується на корм худобі. З меляси виробляють лимонну кислоту і спирт-сирець. Зазначимо, що виробництво лимонної кислоти також пов'язане з одержанням відходів, зокрема гіпсошламу, який раніше не використовували, але його можна застосовувати у будівництві.

Цукрові заводи для вибілювання цукру використовують велику кількість вапна, який після завершення технологічного циклу цукроваріння являє собою високоефективне фосфорне добриво і може бути використаним при вирощуванні сільськогосподарських культур. Воно здатне підвищувати родючість ґрунтів, знижувати їх кислотність, а отже, і підвищувати врожайність сільськогосподарських культур, зокрема цукрових буряків. Тому організація власного виробництва цього добрива цілком доцільна, оскільки сприяє підвищенню ефективності виробництва.

Можливі різні варіанти комплексної переробки продукції цукрових заводів. Ми поділяємо точку зору вчених, які вважають можливими різні варіанти диверсифікації виробництва: цукор-пісок; меляса на корм худобі; жом сирий віджатий, цукор-пісок; меляса: спирт-сирець, вуглекислота, дріжджі кормові; жом сирий від-

жатий; цукор-пісок; меляса: спирт-сирець, вуглекислота, дріжджі кормові; жом сушений гранульований; цукор-пісок; меляса; лимонна кислота, гіпсошлам; жом сирий віджатий.

Проте запропоновані варіанти диверсифікації цукрового виробництва не враховують не менш важливого продукту — осаду фільтрації. Використання осаду фільтрації можливе в різних сферах АПК, наприклад, як добавка на корм для птахів і худоби. Остаточне вирішення питання про диверсифікацію виробництва на базі переробки цукрових буряків доцільне, на нашу думку, приймати при розробці оптимального плану виробництва на цукровому заводі з урахуванням задоволення потреб ринку в усіх необхідних продуктах переробки бурякової сировини і підвищення його ефективності. За результатами оцінки можливих шляхів переробки продукції цукрових заводів нами розроблено схему основних напрямів диверсифікації діяльності цукрового заводу (рисунок).

Отже, диверсифікація може не тільки підвищувати рентабельність цукрового виробництва і збільшувати масу прибутку, а й скорочувати або повністю усувати негативний вплив ризиків, зокрема чинників внутрішнього та зовнішнього середовища.

## Висновки

*Вибір стратегії диверсифікації повинен здійснюватися за такими критеріями: привабливості галузі, який забезпечує можливості одержання довгострокової рентабельності і формування сприятливих умов для конкуренції в ринковому середовищі. Критерій привабливості підвищується при поліпшенні якості цук-*

*ру, використанні барвистих упаковок із достовірною інформацією, товарного знаку, гнучких цін залежно від сезону і встановлення вигідних партнерських відносин; критерій «витрати на входження» передбачає, що витрати на входження у нову галузь не повинні бути дуже високими; критерій додаткових вигод.*

## Бібліографія

1. Бондар В.С., Пиркін В.І., Фурса А.В., Пастух Ю.А. Стратегія розвитку бурякоцукрового виробництва у ХХІ столітті//Цукрові буряки. — 2002. — № 5.
2. Варченко О.М., Вернюк Н.О. Напрями диверсифікації діяльності підприємств бурякоцукрової галузі як чинник забезпечення сталого розвитку// Вісн. БНАУ. — 2009. — № 61.
3. Варченко О.М. Аналіз виробничих можливостей вітчизняної цукрової промисловості та провідних країн світу/О.М. Варченко//Економіка АПК. — 2003. — № 9. — С. 109—115.
4. Захаркевич Н.П. Основні напрями диверсифікації цукрової промисловості//36. наук. пр. Подільської держ. аграр.-техн. акад. — 2004. — Вип. 12. — С. 31—34.
5. Котляренко В.О. Зовнішні чинники внутрішньорегіональної диверсифікації харчової промисловості України//Міжнар. економіка: 36. наук. праць

Ін-ту світ. економіки і міжнар. економ. відносин НАН України. Вип. 34. — К.: ІСЕМЕВ, 2002. — С. 246—253

6. Ушачев І.Г. Нужна стратегия развития агропромышленного комплекса России/И.Г. Ушачев// Экономика с.-х. и перерабатывающих предприятий. — 2004. — № 6. — С. 2—7.
7. Стасіневич С.Л. Ринок цукру//Пропозиція. — 2007. — № 10. — С. 40—45.

8. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие/В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. — [2-е изд., перераб. и доп.]. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 528 с.
9. Sweet competition/Farmers Weekly 28 May 2005. Cereals 99 Supplement.
10. Інтернет сторінка Національної асоціації цукровиків України «Укрцукор» <http://www.ukrsugar.kiev.ua>