

In today's post-crisis economic conditions for small and medium-sized enterprises is important to regularly monitor their activities to detect the early stages of the probability of occurrence of uncertainties and risks. In the article the rate of profit per employee, as a key in determining the efficiency of enterprises. Analyzed the views of leading scientists and economists in this field of knowledge and draw appropriate conclusions.

Keywords: small and medium-sized enterprise, indicator of effectiveness, diagnosis, profit per employee.

УДК 347.77

Т. В. П'ЯТАК, канд. екон наук, доц., НТУ «ХПІ»,
В. О. ІГУМНОВА, магістрант, НТУ «ХПІ».

ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

В статті визначено головні проблеми виходу вітчизняних молокопереробних підприємств на зовнішні ринки, здійснено аналіз сучасного стану виробництва молока у світі, з'ясовано рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: перспективи, проблеми, зовнішні ринки, конкурентоспроможність продукції, ринок молока, молочна галузь, молочна продукція.

Вступ. Молочна галузь – складова харчової промисловості, яка об'єднує підприємства з виробництва молока та інших молочних продуктів. Вона займає важливе місце в економіці держави та забезпеченні населення продуктами харчування. Функціонування цього ринку залежить від багатьох факторів, найважливішими з яких є стан виробництва, наявність якісної сировинної бази, платоспроможність покупців, ринкова інфраструктура. Для забезпечення ефективного виробництва продукції підприємствами існує потреба володіти достовірною інформацією про стан молочного ринку та напрямки його майбутнього розвитку. Для цього потрібно періодично проводити аналіз поточної ситуації на ринку молока, аналізувати позитивні та негативні тенденції, які відбуваються на ринку молочної продукції за останні роки.

Спрямованість економіки України на ринкові засади господарювання та прагнення держави приєднатися до європейського співтовариства зумовлюють пошук шляхів виходу української молочної продукції на зовнішні ринки збуту, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції молочної галузі, проведення політики протекціонізму та захисту вітчизняного споживача від надміру дорогої та неякісної імпоротної молочної продукції. З огляду на це виникає

необхідність наукової оцінки сучасного стану розвитку ринку молока з метою обґрунтування перспективних напрямів розвитку молочної галузі та виявлення проблем молокопереробних підприємств при виході на зовнішні ринки.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Теоретико-методологічні та прикладні питання розвитку конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності на різних рівнях функціонування економічної системи розглянуті в наукових працях зарубіжних вчених: А. Сміта, Д. Рікардо, Ф. Еджуорта, Дж. Робінсона, С. Брю, Дж. Кейнса, К. Макконнелла, Дж. Мілля, Ф. Найта, М. Портера, П. Хайне, К. Маркса, Ф. Даний напрямок досліджень висвітлюється у працях вітчизняних науковців: С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабань [3], Л. Є. Довгань, О. І. Драган, Т. О. Загорної, М. П. Коржинського, О. А. Нужної, Б. Й. Пасхавера, П. Т. Саблука, Т. В. Харчук [5], Т. І. Ткаченко та ін. Конкурентні відносини молокопереробних підприємств розглядаються в роботах В. І. Бойка, М. М. Ільчука [1], С. Р. Камілової, О. А. Козак, М. К. Пархомця, В. П. Чагаровського [2] та ін.

Працями цих вчених охоплено більшість проблемних завдань молочної галузі, але разом з тим, зміни середовища господарювання вимагають подальших відповідних наукових розробок. Особливої актуальності набуває необхідність розроблення підходів до забезпечення високого рівня конкурентоспроможності молокопереробних підприємств, дослідження факторів, що його формують, визначення стратегій подальшого розвитку з урахуванням перспектив виходу на зовнішні ринки.

Мета досліджень, постановка проблеми. Мета статті полягає в аналізі поточної ситуації на ринку молока та виявленні проблем, що виникають при виході вітчизняних підприємств на зовнішні ринки молочної продукції.

Матеріали досліджень. Географічно діяльність українських підприємств, які працюють на зовнішніх ринках, сконцентрована на ринках країн СНД. Лише невеликий відсоток підприємств зосереджені на ринках Європи. Ще менша кількість підприємств працює на ринках США та Канади (рис. 1).

Ринок країн СНД – найбільш освоєний серед зовнішніх ринків, до того ж підприємства вже мають досить великий досвід роботи з цими країнами (у середньому 8 років). Ринок Європи відкрився для частини підприємств переважно з роками незалежності України. Досвід роботи серед підприємств, що працюють у

цих країнах, складає 14 років. Що стосується ринку Канади та США, то він не тільки менш «освоєний» підприємствами, але і відносно новий для них (середній досвід роботи – 6 років).

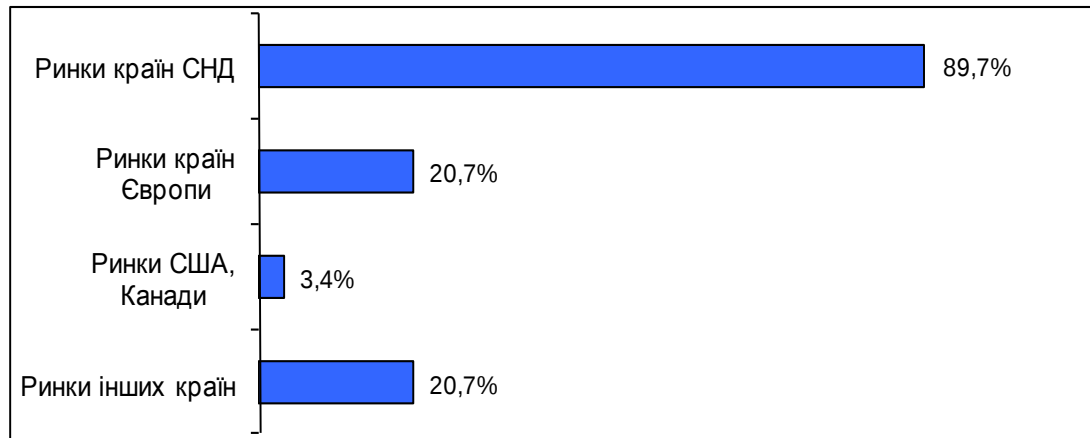


Рис. 1 – Зовнішні ринки, на яких працювали українські підприємства у 2011 р. [4]

Серед головних проблем виходу на зовнішні ринки, підприємства зазначають ряд перешкод, а саме: мовний бар'єр; інакші міжнародні правила оплати та системи міжнародної логістики;

- знання по ціноутворенню;
- пошук партнерів на новому ринку;
- проблеми довіри;
- висока вартість просування товару за кордон України (рис. 2.).

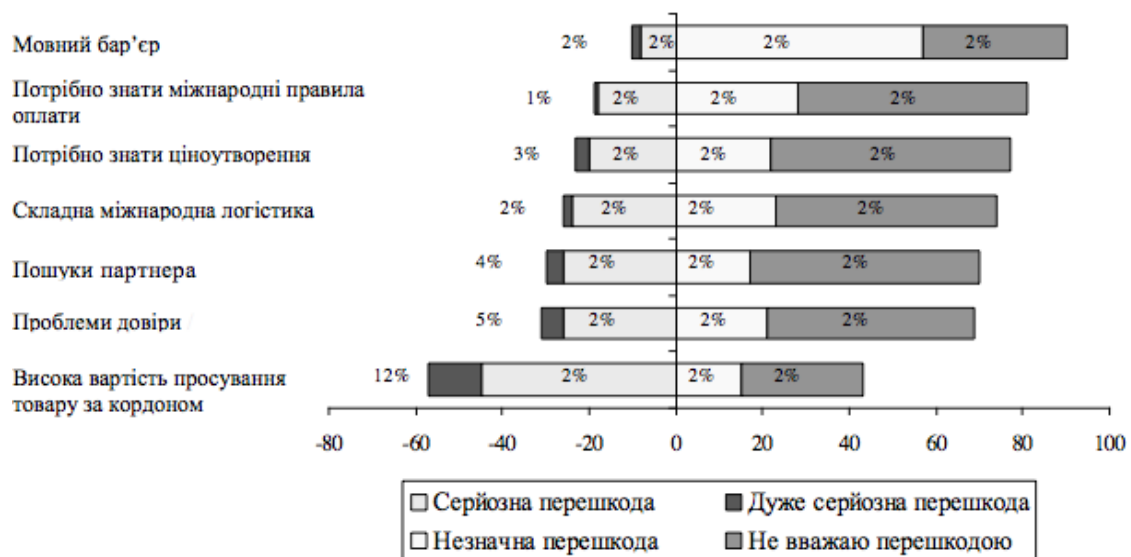


Рис. 2 – Ключові перешкоди комерційного характеру експортної діяльності українських підприємств [5]

Світовий ринок молока та молочної продукції не одне десятиліття характеризується стійкою тенденцією до зростання обсягів виробництва. Дослідження виявило, що нарощування виробництва молока в країнах, що розвиваються, відбувається за рахунок: збільшення чисельності (Саудівська Аравія, Албанія, Еквадор, Республіка Чад, Південна Африка); підвищення продуктивності молочних корів в розвинутих країнах (США, Великобританія, Швеція та інші).

Високорозвинуті країни, такі як Франція, Німеччина, Італія та інші члени ЄС, що досягли достатнього рівня виробництва і споживання молочної продукції в останні роки, як правило, стали на шлях стабілізації виробництва, або навіть деякого скорочення його обсягів. Особливо зросли вимоги до якості молочних продуктів – останнім часом надається перевага свіжим, чистим, корисним, виробленим в екологічно безпечному навколишньому середовищі, зручним у використанні та споживанні. З'ясувалося, що за останні 10 років у світі відбулися суттєві структурні зміни в молочній галузі.

Сьогодні світовими лідерами у виробництві молока є США, Росія і Китай. В 2011 році в Азії було вироблено 36 % від всього обсягу світового виробництва молока, в Європі – 31 %, в Північній Америці – 13 % (рис. 3) [4].

Молоко споживається всім населенням світу, тому його виробляють у 232 країнах, для яких характерні свої темпи зростання обсягів виробництва. Так, Китай за останні 5 років збільшив виробництво молока на 8279 тис. тонн, Росія – на 1433 тис. тонн, Польща – на 524 тис. тонн. Україна у 2011 р. займала 12 позицію щодо виробництва молока у світі, їй належить 2,6 % від загального обсягу виробництва [6].



Рис. 3 – Структура виробництва коров'ячого молока у світі, 2011 р. [4]

Стосовно України, рівень споживання молочної продукції залишається в країні відносно низьким. Тому одним із завдань є насичення внутрішнього ринку молочними продуктами з додатковою цінністю та високоякісними поживними властивостями.

Молочно-сировинна база в Україні за якісними показниками далеко відстає від європейських країн. Тому наше молоко і молочна продукція не будуть мати попиту, тим більше, що оцінюється наша продукція за вмістом жиру, а не білка, як на Заході. Низька якість молока з'являється при незадовільних біологічно-санітарних умовах в первинній ланці виробництва. Наявність жиру і білку залежить від якості кормів: соковитих, грубих та концентрованих, а також біодобавок. Оптимальне їх співвідношення в раціоні – запорука одержання молока високого гатунку.

Удосконалення роботи молокопереробних підприємств необхідно проводити в напрямі нарощування виробництва конкурентноспроможної молочної продукції, поліпшення її асортименту та гарантування якості з метою задоволення попиту в молочних продуктах на внутрішньому і зовнішньому ринках; переходу до комплексних, ресурсозберігаючих безвідходних технологій з ефективною переробкою вторинних ресурсів; встановлення взаємовигідних довгострокових відносин із товаровиробниками молочної сировини.

Для України історично склалося так, що найбільші стратегічні партнери молочної промисловості були і лишаються на території колишнього СНД (табл. 1, дані представлені у %) [7]. Разом з тим протягом останнього десятиліття випереджаючими темпами зростала активність зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією з західними країнами, однак, структура цієї торгівлі не в повній мірі відповідає інтересам України. На жаль, у багатьох випадках вітчизняні підприємства самотійно не в стані подолати бар'єри входу на зарубіжні ринки не стільки з огляду на низьку якість самих товарів/послуг, а швидше через невміння адаптуватись до вимог цих ринків, насамперед стандартів ЄС.

Таблиця. Основні соціально-економічні показники країн СНД у січні-червні 2012 р., (відсотків до січня-червня 2011) [7]

	ВВП (у постійних цінах)	Молочна продукція (у постійних цінах)	Індекси цін виробників молочної продукції ¹	Індекси споживчих цін ¹	Оборот роздрібної торгівлі (за всіма каналами реалізації у постійних цінах)	Перевезення вантажів підприємствами транспорту (без трубопроводів)
Азербайджан	101,5	97,0	89,7	97,9	109,2	106,9
Білорусь	102,9	108,5	112,0	110,5	109,5	98,0
Вірменія	104,7 ²	113,0	103,9	99,6	102,0	110,7
Казахстан	105,6 ²	101,6	100,0	102,7	112,6	120,4
Киргизстан	94,4	68,4	96,5	100,9	110,2	104,7
Молдова	101,0 ²	99,6 ³	103,3	101,0	101,6 ^{3, 4}	95,1
Росія	104,9 ²	103,1	100,3	103,2	107,1	103,2
Таджикистан	107,4	112,0	106,8	102,5	118,6	100,5
Узбекистан	108,1	107,0	102,1 ⁵	...	112,5	104,8 ⁵
Україна	103,0 ⁶	100,4	105,7	100,1	116,0	99,9
СНД	104,7 ²	102,6	101,1	102,5	108,3	108,7 ⁷

* 2 Січень-березень 2012 до січня-березня 2011.

3 Січень-травень 2012 до січня-травня 2011.

4 Доходи від продажів торгових підприємств.

5 Березень 2012 до грудня 2011.

6 Квітень-червень 2012 до квітня-червня 2011.

7 Без даних Туркменістану та Узбекистану.

Тільки у двох країнах СНД (Узбекистані та Білорусі) обсяг молочної промисловості перевищив рівень попереднього 2011 року. Мінімальним скорочення обсягів виробництва було в РФ і Вірменії. Для інших країн Співдружності мало місце зниження виробництва на 50-85% від рівня 2000 року за прогнозами Ukrstat.org [6, 7]. Тим часом в структурі промислового виробництва частка молочної промисловості зросла у Вірменії, Молдові, Росії і Таджикистані. Значна питома вага даної галузі в загальному обсязі виробництва зберігалась в Білорусі та Росії.

Частка молочної промисловості в загальній структурі молокопереробних підприємств залишалася високою в Молдові, Росії, Вірменії та Білорусії. Тим часом до кінця 2012 року насиченість товарами народного споживання та розширення торгового асортименту відбувалися переважно за рахунок імпортової продукції.

Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції молоко-переробних підприємств можна запропонувати такі заходи загального та спеціального характеру:

- ефективний контроль і постійне відновлення виробничої складової, застосування сучасних техніки й технологій на виробництві, використання енерго та ресурсозберігаючих технологій;
- управління вхідними та вихідними інформаційними потоками (про стан ринку, діяльність конкурентів, потреби і бажання споживачів) для більш ефективного прийняття рішень;
- контроль фінансового стану підприємства, управління інвестиціями;
- розробка довгострокових і короткострокових стратегій, планування й прогнозування діяльності, поліпшення системи управління підприємством;
- вдосконалення організації виробництва і праці, методів технічного контролю, підвищення кваліфікації кадрів, дотримання технологічної і виробничої дисципліни, забезпечення загальної культури виробництва.

Запровадження успішного та конкурентоспроможного молочного бізнесу на світових ринках можливе для вітчизняних виробників за умови постійного контролю за ефективністю господарювання, а саме впровадження новітніх технологій, які дозволять нарощувати виробничі потужності та підвищувати якість продукції, що наблизить її до європейських стандартів.

Висновки. Таким чином, при виході вітчизняних підприємств молочної галузі на зовнішні ринки необхідно здійснювати ґрунтовний аналіз існуючих бар'єрів та запроваджувати напрями їх подолання.

Список літератури: 1. *Ільчук М. М.* Ефективне функціонування молокопродуктового підкомплексу України / Ільчук М. М. – К.: Нічлава, – 2008. – 312 с. 2. *Чагаровський В. П.* Молочна промисловість України (минуле, сьогодення та майбутнє) / В. П. Чагаровський // Молочна промисловість. – 2009. – № 6 (21). – с. 5-10 3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: [навч. посіб.] / [С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабань та ін.]. – К.: КНЕУ, 2009.- 520 с. 4. Світовий ринок молока і Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://propozitsiya.com/?page=149&itemid=588&number=16>. 5. *Харчук Т. В.* Шляхи виходу підприємства на зовнішні ринки. – 2009. – №8 – С. 12-16. 6. Молочний бізнес в Україні і світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://milkua/info/index.php?p=1/>. 7. Статистика показників країн СНД за прогнозами Держслужби Статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/operativ/operativ2011/sesks/sesks_u/secks0611.html.

Надійшла до редакції 11. 01. 2013

УДК 347.77

Проблеми виходу підприємств молочної галузі на зовнішні ринки / П'ятак Т. В., Ігумнова В. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 7(981). – С. 99–106. – Бібліогр.: 7 назв.

В статье определены главные проблемы выхода отечественных молокоперерабатывающих предприятий на внешние рынки, осуществлен анализ современного состояния производства молока в мире, выяснен уровень конкурентоспособности отечественных предприятий.

Ключевые слова: перспективы, проблемы, внешние рынки, конкурентоспособность продукции, рынок молока, молочная отрасль, молочная продукция.

The article is defined the main problems of coming out the domestic milk business in the foreign markets, analyzed the current state of milk production in the world and found the level of competitiveness of the domestic enterprises.

Keywords: prospects, problems, foreign markets, production competitiveness, milk market, dairy industry, dairy products.

УДК 338.2

Н. Є. САФОНІК, студентка, НТУ «ХПІ»

ВИКОРИСТАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

У статті розглянуті управлінські інструменти, які використовуються вітчизняними підприємствами для підвищення конкурентоспроможності в сучасних ринкових умовах. Досліджені основні проблеми впровадження управлінських інструментів.

Ключові поняття: конкурентоспроможність, управлінські інструменти, проблеми розвитку підприємства, стратегічне управління.

Актуальність і постановка проблеми. Сьогодні в управлінні вітчизняними підприємствами спостерігається певний управлінський вакуум, зумовлений такими причинами, як: неуважне ставлення керівників більшості підприємств до управлінського інструментарію, та відсутність дієвих управлінських інструментів, які були б розроблені саме вітчизняними вченими, з урахуванням особливостей вітчизняних підприємств. Для підвищення конкурентоспроможності потрібно залучати досвід використання управлінських інструментів зарубіжними компаніями, проте лише після їхньої адаптації до вітчизняних умов та всебічної готовності персоналу підприємства до їхнього використання.

Використання управлінських інструментів допомагає досягти наступних результатів: підвищити продуктивність праці, якість праці та продукції, зменши-