**Карпенко Марина Олександрівна. Маркетинг конкурентоспроможності підприємств по виробництву та переробці молока : Дис... канд. наук: 08.00.04 - 2007.**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Карпенко М.О. Маркетинг конкурентоспроможності підприємств пo виробництву та переробці молока. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (економіка сільського господарства і АПК). – Національний науковий центр “Інститут аграрної економіки” Української академії аграрних наук. – Київ, 2007.  У дисертаційній роботі досліджено теоретичні і прикладні аспекти маркетингу конкурентоспроможності підприємств з виробництва та переробки молока. На основі узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду визначено сутність понять маркетингу молочних та молокопереробних підприємств.  Проведене системне дослідження сучасного ринку молока і молокопродуктів за маркетинговим ланцюгом “виробництво – доставка на переробку – переробка – реалізація”, що дозволило виявити стан попиту і пропозиції, цін, кон’юнктури рикну, оцінку його сегментації, конкурентоспроможності.  Проаналізовано сучасний стан виробництва молока, його переробки і реалізації в Україні. Розкрито стан світового ринку молока та молокопродуктів та зовнішньоекономічну діяльність України на ньому. Запропоновано перспективи розвитку підприємств з виробництва і переробки молока. Обґрунтовано шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств молокопереробної підгалузі на основі вдосконалення організації та управління маркетингової служби на підприємстві. Визначено стратегічні напрями підприємств з виробництва та переробки молока в умовах вступу до СОТ. | |
| |  | | --- | | 1. Системна криза в агропромисловому комплексі найбільше позначилась на діяльності підприємств молокопродуктового підкомплексу: поголів’я тварин і валове виробництво молока зменшилось удвічі, на 40 відсотків скоротилося споживання молока та молочних продуктів населенням країни, в обмежених обсягах відбувається експорт продукції.  2. Маркетинг – самостійна підсистема. До конкретних цілей маркетингу зараховують: задоволення вимог споживачів; завоювання частки ринку; забезпечення обсягів збуту; досягнення переваг над конкурентами; активізацію стимулювання збуту і рекламної діяльності.  3. Пріоритетними напрямами підвищення конкурентоспроможності молока і молокопродуктів є впровадження системи підтримки з розгорнутою мережею заготівельних, торгово-збутових, транспортних організацій і кооперативів, тісною інтеграцією виробників і переробників молока, державною підтримкою і регулюванням шляхом:  відшкодування за рахунок коштів бюджету частини вартості закупленого племінного молодняка худоби, частини вартості комбікормів через відповідні цільові програми розвитку;  відшкодування за рахунок коштів бюджету частково вартості обладнання, закупленого переробним підприємствами для нових, прогресивних технологій;  залучення довгострокових кредитів і коштів інвесторів у молочну галузь через бюджетне фінансування для відродження великотоварних молочних ферм і комплексів на базі новітніх науково-технологічних досягнень;  стимулювання інтеграційних процесів у молочній та молокопереробній галузях, створення кооперативів з виробництва і заготівлі молока.  4. Формування конкурентоспроможності ринку молока і молочної продукції відбувається за умов скорочення поголів’я корів, зменшення  виробництва молока, подорожчання кормів і скорочення їх виробництва, випереджаючих темпів росту цін на пально-мастильні матеріали порівняно із закупівельними цінами на молоко.  5. Для забезпечення конкурентоспроможності товаровиробників молока і його переробників та реалізаторів продукції сприятимуть заходи, спрямовані на формування повноцінної ринкової інфраструктури: створення єдиної інформаційної системи в АПК; створення маркетингових служб при регіональних аграрних біржах або управліннях сільського господарства, а за умови досягнення необхідного рівня кадрового потенціалу й економічних умов у господарствах – в аграрних формуваннях; відкриття офісів дорадчих служб у районах, областях; розвиток сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів.  6. Стратегія формування ринку молока має ґрунтуватися на функціонуванні механізму взаємозв’язку та взаємодії його складових пропозиції, попиту та ціни. Особливістю цього ринкового механізму є тісний зв'язок перших двох елементів з ціною, яка є основним інструментом впливу на систему економічного стимулювання виробництва та заготівель молока. Ринкові відносини повинні формуватись з урахуванням купівельної спроможності населення за так званою збутовою концепцією, яка передбачає необхідність максимізації доходів через збут продукції, пріоритетне значення при цьому відводиться попиту.  7. Важливим напрямком підвищення конкурентоспроможності молока і молокопродукції є поліпшення її якості за рахунок впровадження комплексної системи управління, стандартизації і сертифікації, створення й впровадження нових ресурсо- та енергозберігаючих технологій, які мають ґрунтуватись на раціональному використанні санітарно-гігієнічних умов і засобів охолодження, очищення та переробки молока.  8. Однією з найбільших проблем в Україні при виробництві молока і молочної продукції є сезонність її виробництва. З метою виправлення ситуації, а також враховуючи обмеження попиту на українську продукцію на зовнішньому ринку необхідно здійснювати державну закупівлю залишків готової продукції в держрезерв в літню пору ( масла вершкового – 30 тис. тонн, сухого молока – 20 тис. тонн), що дозволить вирівняти ціни на молочну продукцію в зимовий період, а в цілому підвищити економічну ефективність підгалузі і додатково отримати за нашими підрахунками близько 100 млн. грн. Кошти, одержані в результаті закладки продукції в держрезерв в подальшому направити на покращення утримання продуктивного поголів’я, з метою викорінення сезонності виробництва і сезонності цін.  9. Молочна галузь в особистих селянських господарствах вже вичерпала свій потенціал розвитку: чисельність корів скорочується, щорічні заготівлі молока почали знижуватися, кормова база починає занепадати. Для виправлення становища необхідна фінансова підтримка.  10. З метою забезпечення конкурентоспроможності потрібно підвищити рівень спеціалізації і концентрації виробництва молока, відновивши та створивши нові (близько 1000 одиниць) молочні ферми та комплекси.  11. За умов слабкої мережі інфраструктури молочної та молокопереробної галузі в районах та областях впроваджувати практику створення обслуговуючих і транспортних кооперативів з приймання, очищення, охолодження та транспортування молокосировини на переробні підприємства та організація незалежних державних регіональних лабораторій, які б виступали арбітром з питань оцінки якості сировини і готової продукції. | |