**Гогуля Ольга Петрівна. Маркетингове забезпечення діяльності підприємств на ринку свинини: дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Національний аграрний ун-т. - К., 2004**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Гогуля О.П. Маркетингове забезпечення діяльності підприємств на ринку свинини. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Національний аграрний університет, Київ, 2004.  В дисертаційній роботі розкрито суть сучасної концепції маркетингу, досліджено теоретичні і методологічні основи та прикладні питання розвитку маркетингових процесів, а також особливості організаційно-економічного механізму функціонування маркетингу в підприємствах та об’єднаннях підкомплексу свинарства.  На основі комплексного дослідження виявлено особливості та закономірності становлення та функціонування ринку продукції свинарства, ключові проблеми і причини їх виникнення в загальній схемі формування агропродовольчого ринку. Визначено рівень впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на динаміку і параметри ринку свинини, з урахуванням яких можна досягти конкурентоспроможність галузі. Розроблено модель прогнозу потреби у виробництві продукції свинарства.  Підтверджено необхідність вдосконалення організаційного механізму функціонування інтегрованої системи суб'єктів ринку свинини та їх маркетингового забезпечення. Обґрунтовано методичні підходи до формування результативного організаційно-економічного механізму регулювання виробничих відносин на ринку свинини. Розроблено “портфель” стратегій розвитку зазначеного ринку. | |
| |  | | --- | | 1. На даному етапі в Україні внаслідок економічної кризи відбувається стрімке скорочення обсягу виробництва сільськогосподарської продукції, не забезпечується рівень простого відтворення в більшості підприємств. В результаті, необхідною передумовою подальшого розвитку є використання сучасного маркетингу як концепції управління, філософії і стратегії підприємства, регулятора відносин між виробником і споживачем.  2. Сучасний стан ринку свинини характеризується негативними тенденціями, що викликано зменшенням поголів'я тварин, яке за 1990-2002 рр. скоротилося більше, ніж у два рази. Відповідно, різко зменшилося виробництво і споживання продукції даної галузі. У 2002 р. рівень споживання становив лише 12,4 кг проти 28,3 кг у 1990 р. В результаті швидких змін в системі економічних відносин, у масштабі макро- та мікросистем, на які організаційно-економічний механізм не відреагував належним чином, свинарство з прибуткового (22,2 % у 1990 р.) перетворилося у збиткове (-44,3 % у 2000 р.; -7,2 % у 2001 р., -16,9 % у 2002 р.). Ринок свинини поповнюється низькотоварними контрагентами, які не можуть конкурувати з великими контрагентами на внутрішньому і особливо на зовнішньому ринку, який характеризується тенденціями росту.  3. Причинами кризового стану галузі є нееквівалентність обміну, диспаритет цін, слабка кормова база, постійне зростання цін на зерно, нерозвинута інфраструктура ринку, недостатній протекціонізм з боку держави, низький рівень платоспроможності населення, практична ліквідація великих підприємств і комплексів по виробництву свинини, нерозвиненість системи маркетингового забезпечення суб’єктів прийняття рішень тощо.  4. Кон’юнктура ринку характеризується швидкими змінами в сукупності факторів макро- та мікросередовища, що вимагає у процесі маркетингових досліджень формування зведено-аналітичної інформації, яка б розкривала ситуації, тенденції, сильні та слабкі сторони, а також можливості і загрози для господарюючих структур.  5. У процесі оцінки ситуації, що склалася на ринку свинини нами виявлені основні фактори впливу, які є основою для обґрунтування умов забезпечення та стратегій розвитку свинарської галузі. Визначено кількісні параметри такої залежності: вплив спеціалізації, концентрації, платоспроможності населення, кооперації, сегментів ринку тощо. Встановлено, що прибутковість свинарства досягається з підвищенням питомої ваги свинини в структурі товарної продукції. У 2002 р. рентабельність у розмірі 8,9 % була досягнута тими підприємствами, в яких рівень грошових надходжень від реалізації свинини в структурі загальної виручки перевищував 20 відсотків. Найвищою ефективністю виробництва відзначаються підприємства з середньорічним поголів’ям 6652 голови. Крім цього, виявлено, що попит на свинину на 90 % визначається рівнем інтенсивності галузі свинарства та платоспроможністю населення.  6. Розвиток свинарської галузі повинен здійснюватися через оптимальне поєднання максимального використання потенційних можливостей підприємницьких структур і механізмів державного протекціонізму. Удосконалена методика визначення обсягів дотацій сприятиме обґрунтуванню стратегічних рішень щодо фінансового забезпечення розширеного відтворення галузі.  7. Для обґрунтування потреби в продукції свинарства нами розроблена модель, яка враховує потенційний попит на дану продукцію, рівень насиченості продовольчого ринку, медичні норми споживання, взаємозамінну продукцію тваринництва, експортні потреби, формування резерву продовольчих ресурсів, зміну вікової структури населення та його чисельності. Потреба у виробництві свинини у 2005 р. відповідно до медичних норм споживання становитиме 1,4 млн. т.  8. Розвиток свинарської галузі доцільно здійснювати шляхом орієнтації на потенціал крупних підприємств за стратегіями максимального використання існуючих регіональних потужностей з розширенням сегментів ринку свинини на національному рівні з врахуванням граничної межі виробництва свинини в господарствах населення на рівні 600 тис. т у забійній вазі та стратегії підвищення ділової активності з широким використанням сформованого нами “портфеля” конкретизованих стратегій.  9. Зміцнення потенціалу ринку свинини повинно базуватися на новій організаційній основі, яка б поєднала різні суб’єкти діяльності за формами власності та здійснюваними функціями на даному ринку в загальній схемі “виробник – переробник – продавець – споживач” з використанням усіх процесів відтворення та формування єдиної корпоративної маркетингової служби. Розроблена нами організаційна структура кооперативного типу сприятиме розв’язанню цього завдання.  10. Забезпеченню єдності корпоративних економічних інтересів в умовах розвитку інтеграційних процесів сприятиме розроблена нами модель розподілу кінцевого фінансового результату між суб’єктами господарської діяльності.  11. Створення результативної системи маркетингового забезпечення ринку свинини пропонується здійснювати за розробленою нами схемою формування вертикальних маркетингових служб з виділенням на рівні Міністерства аграрної політики України інформаційної підсистеми “Свинарство”. | |