

- проведення експертизи проектів і вибір для пайової участі в діяльності підприємств галузей і сфер економіки;
- вкладання вільних фінансових ресурсів у ризикові підприємства, дослідження, пов'язані з розробленням якісно нових видів продукції;
- цілеспрямований вибір цінних паперів, які купує фірма, оцінка рейтингу їх емітенту та інвестиційної привабливості здійснюваних фінансових інвестицій, формування портфеля цінних паперів, який забезпечує максимізацію отриманого прибутку за мінімального рівня ризику.

Функціонування підприємства супроводжується безперервним кругообігом коштів, який здійснюється у формах витрат ресурсів і одержання доходів, їх розподілу і використання. Тому, запровадження ефективної стратегії збільшення доходів дасть змогу оптимально використовувати їх з метою розвитку підприємства.

Література

1. Економіка аграрного підприємства : навч.-метод. посібн. [для самостійного вивчення дисципліни] / В.Г. Андрійчук, В.Г. Андрійчук. – К. : Вид-во КНЕУ, 2000. – 356 с.

2. Юшко Сергій Васильович. Формування доходів підприємств та підвищення економічної ефективності їх господарювання : дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.07.02 / Харківський національний аграрний ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х., 2003. – 20 с.

Марыныч И.А., Никитина В.С. Стратегия увеличения доходов предприятия

Охарактеризована актуальность и потребность разработки стратегии увеличения доходов предприятия. Отражены возможности повышения их рационального использования. Установлено, что функционирование предприятия сопровождается непрерывным круговоротом средств, который осуществляется в формах расходов ресурсов и получения доходов, их распределения и использования. Поэтому, внедрение эффективной стратегии увеличения доходов даст возможность оптимально использовать их с целью развития предприятия.

Ключевые слова: хозяйственная деятельность, доход, стратегия увеличения доходов, прибыль.

Marunuch I.A., Nikitina V.S. Strategy of increase of profits of enterprise

The article deals with the actuality and necessity of elaboration of strategy of increase of profit of enterprise. Possibilities of increase of them are reflected the rational use. It is set that functioning of enterprise is accompanied the continuous rotation of facilities, which is carried out in the forms of charges of resources and receipt of profits, their distributing and use. Therefore, introduction of effective strategy of increase of profits will enable optimum to utilize them with the purpose of development of enterprise.

Keywords: economic activity, profit, strategy of increase of profits, income.

УДК 658.8

*Доц. О.М. Марченко, канд. екон. наук;
магістрант О.О. Столяренко – Львівський ДУВС*

ПОТРЕБА СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проаналізовано зовнішнє середовище суб'єктів господарювання молочної промисловості. Визначено головні зовнішні загрози економічній безпеці молокопереробних підприємств та пропонують напрями їх нейтралізації. Встановлено, що стратегічний аналіз зовнішнього середовища молокопереробних підприємств дав змогу виявити дві найбільш значущі загрози їхній економічній безпеці: дефіцит сировини та посилення конкуренції в галузі. Можливими шляхами їх нейтралізації можуть бути:

укладання довготермінових договорів з фермерами, комплексна підтримка підприємствами молочної промисловості власних постачальників сировини тощо.

Вступ. Молочні продукти є незамінними у харчовому раціоні людини, особливо дитячого та пенсійного віку. Адже молоко містить понад 160 різноманітних, цінних для людського організму компонентів (жири, білки, вуглеводи, вітаміни, гормони, ферменти, імунні тіла, мінеральні речовини), має лікувальні властивості. Україна традиційно була країною з високим рівнем споживання молокопродуктів і мала всі умови для розвитку виробництва та перероблення молока. Але, якщо у 1990 р. українці споживали 96 % від науково обґрунтованої норми споживання молочних продуктів, рекомендованої Українським НДІ гігієни та харчування, то протягом останнього десятиліття – лише 50-60 %.

Зазначимо, що стан виробництва і перероблення молока в Україні вивчали багато вчених: В. Бойко, З. Васильченко, С. Васильчак, М. Дем'яненко, В. Зимовець, Ю. Коваленко, М. Коденська, В. Криворучко, А. Кульман, В. Месель-Веселяк, П. Саблук, В. Точілін, М. Чумаченко, О. Шпичак. На наш погляд, у наш час потребує глибшого дослідження проблема економічної безпеки молокопереробних підприємств.

Метою цього дослідження є стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємств молочної промисловості для виявлення загроз їхній економічній безпеці.

Виклад основного матеріалу. Успішна господарська діяльність суб'єкта господарювання залежить від умов постачання сировини, матеріалів, комплектуючих, які він використовує у виробництві. Тому, важливим є аналіз постачальників як чинника його зовнішнього мікросередовища.

Значну частку у собівартості молокопродукції становлять витрати на основний вид сировини – натуральне молоко. Тому, аналіз постачальників для молокопереробної сфери агропромислового виробництва – це насамперед аналіз стану виробництва молока у тваринництві та постачання його на переробку. На сьогодні стан тваринництва в Україні можна визнати як критичний. За 1991-2008 рр. надій молока скоротився удвічі, поголів'я ВРХ – у 4,6 раза, зокрема корів – у 2,8 раза. Динаміку виробництва молока в Україні протягом 1990-2008 рр. зображено на рис. 1.

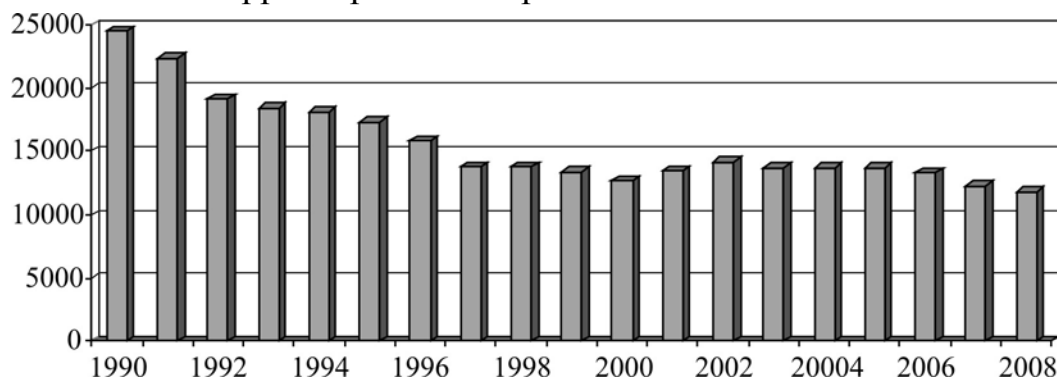


Рис. 1. Динаміка виробництва молока в Україні протягом 1990-2008 рр. (тис. т) [3]

На жаль, як свідчать статистичні дані, ситуація з виробництвом молока в Україні у 2009 р. не покращилася (табл. 1). Лише декілька областей зберегли надої молока на рівні 2008 р.

Табл. 1. Динаміка виробництва молока в Україні за січень-листопад 2009 р.*

	Молоко всіх видів	
	тис. т	у % до відповідного періоду 2008 р.
Україна	10934,5	98,6
АР Крим	333,7	102,5
області		
Вінницька	787,0	98,3
Волинська	435,6	95,8
Дніпропетровська	337,2	94,1
Донецька	340,0	97,2
Житомирська	568,9	98,0
Закарпатська	365,2	97,8
Запорізька	266,2	94,4
Івано-Франківська	458,0	98,1
Київська	436,0	93,3
Кіровоградська	327,7	100,4
Луганська	299,5	98,6
Львівська	657,6	94,3
Миколаївська	347,3	99,2
Одеська	392,7	99,5
Полтавська	670,2	109,4
Рівненська	423,1	97,8
Сумська	428,4	100,1
Тернопільська	403,3	98,9
Харківська	445,6	97,9
Херсонська	300,8	100,7
Хмельницька	586,7	99,2
Черкаська	468,5	99,9
Чернівецька	292,5	95,2
Чернігівська	562,8	101,9

Примітка: * Джерело: складено за даними [3]

Прикро, що зниження об'ємів надоїв молока внаслідок зменшення поголів'я ВРХ, спостерігається останніми роками і у Львівській області, яка була загальнонаціональним лідером за цим показником (табл. 2).

Табл. 2. Динаміка виробництва молока в Україні та Львівській області протягом 2007-2009 рр.

Місцевість	Роки					
	2007		2008		січень-листопад 2009	
	тис. т.	у % до 2006 р.	тис. т.	у % до 2007 р.	тис. т.	у % до січня-листопада 2008 р.
Україна	112262,1	92,3	11761,3	95,9	10934,5	98,6
Львівська обл.	813,4	91,2	731,3	89,9	657,6	94,3

Примітка: * Джерело: складено за даними [4]

Однією з особливостей ринкової економіки є конкуренція між товаровиробниками, тому будь-який суб'єкт господарювання повинен здійснювати аналіз конкуренції в галузі його діяльності, а саме, оцінювати її рівень та характер, виявляти головних діючих та потенційних конкурентів.

За роки соціалізму в Україні було побудовано понад 500 молокопереробних заводів. На цей час з них працюють близько 350 підприємств, серед яких є більше десятка явних лідерів, як за потужністю, так і обсягом продажу. За оцінками спеціалістів якраз вони контролюють 40-50 % ринку молочних продуктів в Україні. Отже, за решту 50-60 % триває сильна боротьба, часто з використанням методів недобросовісної конкуренції, зокрема з порушенням законодавства про рекламу. Така ж ситуація і в регіонах. Зокрема, на Львівщині є явний лідер за обсягами продажу і районні підприємства, які борються за споживача (табл. 3).

Табл. 3. Обсяг продажу основних виробників молочної продукції Львівської області у 2007 р.

Підприємства	Виторг від реалізації продукції, млн грн	% від загальної суми
ВАТ Самбірський молокозавод	23019,3	10,6
ВАТ Львівський міський молочний завод	89421,0	41,0
ВАТ Бродівський завод сухого знежиреного мол.	54691,0	25,0
ВАТ Городоцька молочна компанія "Біла Роса"	3131,8	1,4
ВАТ Дрогобицький молоко завод	14713,6	6,8
ВАТ Рава-Руський маслозавод	20196,4	9,3
ВАТ Жидачівський сирзавод	10822,0	5,0
Усі виробники	215995,1	100,0

Примітка: *Джерело: власні розрахунки за даними [5]

У молочній промисловості існує тенденція до витіснення дрібних молокозаводів з ринку, їх поглинання великими компаніями. У кращому разі, куплені останніми районні молокопереробні підприємства, використовуються для виробництва певних видів молочної продукції для збуту на місцевому ринку, в гіршому – для прийому, охолодження та транспортування сировини на головне підприємство.

Загалом, аналізуючи історію розвитку підприємств-лідерів, можна констатувати, що більшість з них досягли успіху завдяки концентрації зусиль у трьох напрямках: технологія, маркетинг, сировина.

В історичному розрізі це виглядає так: спочатку (1997-2000 рр.) лідери галузі здійснили докорінну реконструкцію обладнання. Згодом, завдяки посиленню конкуренції, зрозуміли, що успіх криється не тільки у виробництві якісної сучасної молочної продукції, але й умінні її продати. Тому, дець з 2000 р. молокопереробні підприємства активізують свою роботу у сфері маркетингу. З цього ж самого періоду, відчувши гострий дефіцит сировини (у 2000 р. спад виробництва молока в Україні порівняно з 1990 р. був найбільшим), почалася активна робота зі створення сировинних зон.

Треба зазначити, що конкуренція в галузі молокоперероблення є трирівневою:

- між великими підприємствами-лідерами галузі: зазвичай, за рахунок нецінових методів конкуренції;
- між великими та дрібними підприємствами галузі, які до недавнього часу можна сказати "мирно" співіснували, працюючи в неоднакових цінових сегментах та різних ринках (великі пропонували продукцію вищої якості за високими чи середніми цінами, реалізуючи її як правило в столиці та містах-мільйонерах, залишаючи дрібним молокозаводам ринкову нішу дешевшої продукції у регіонах). Та останнім часом молокопереробні гіганти наступують, намагаючись забрати у районних молокозаводів їхній сегмент ринку: наприклад, ВАТ "Галактон" у 2004 р. представив нову ТМ "Літній день", під якою реалізує йогурти в плівці 1,5 % жирності за низькою ціною. Керівництво ВАТ "Галактон", ЗАТ "Білоцвіт-Умань" заявляють також про плани завоювати регіональні ринки;
- серед дрібних, районних молокопереробних підприємств.

Зауважимо, що у молочній промисловості існують два галузеві об'єднання: у 1995 р. створено Національну асоціацію молочників України "Укрмолпром", а у 2001 р. – Спільку молочних підприємств України. Серед їхніх головних функцій є всебічне сприяння діяльності та розвитку молокопереробних підприємств. Однак, для підприємств, що не ввійшли до них, можуть виникати певні проблеми. Зокрема, за неофіційною інформацією, члени-учасники Спільки молочних підприємств України планують домовитися щодо розподілу сировинних зон. Немає також гарантії щодо змови між ними щодо цінової політики закупівель сировини чи продажу продукції.

Господарська діяльність підприємства потрібно здійснювати відповідно до чинного законодавства, тому важливим у процесі аналізу його зовнішнього середовища є вивчення законодавчих та нормативних актів, що стосуються державного регулювання цього виду економічної діяльності. До 2004 р. у вітчизняному законодавстві не було спеціального закону, який би регулював ринок молочних продуктів. Однак, певні питання розвитку галузі були охоплені державним регулюванням, а окремим підприємствам надавалася державна підтримка.

Першим комплексним документом з державного регулювання молочної промисловості став ЗУ "Про молоко і молочні продукти", прийнятий 24.06.2004 р., у якому зазначено, що основними засадами державної політики у цій сфері є, зокрема, забезпечення внутрішніх потреб держави в молочних продуктах широкого асортименту та нарощування їхнього експорту; сприяння розвитку інтеграційних процесів між виробником, переробником і реалізатором; удосконалення митно-тарифної та цінової політики у частині захисту вітчизняних виробників молока та молочної продукції; розроблення загальнодержавних програм розвитку селекційно-племінної справи.

Зауважимо, що молочними, згідно зі згаданим Законом, називають ті продукти, в яких частка молочної сировини не менша ніж 50 %. Отже, фактично дозволяється заміна половини цінних у біологічному плані компонентів молочної сировини іншими інгредієнтами. Молочна підгалузь має добрий потенціал для подолання кризи та подальшого зростання, але її розвиток гальмує недосконала і застаріла нормативна база. Зокрема, фахівці свідчать, що повний процес перероблення молока та виробництва молочної продукції ("від лану до столу") повинен:

- відповідати: вимогам до 120 дозволів, погоджень та інших нормативних документів; до 50 обов'язковим стандартам (ГОСТ та ДСТУ) стосовно кожного виду молочної продукції; до 51 наказу і обов'язкових до виконання вказівок Міністерства охорони здоров'я, СЕС та інших органів державного контролю стосовно кожного виду молочної продукції;
- підлягати тестуванню близько 110 передбаченими методами, незважаючи на те, що 63 % з них не відповідають міжнародним стандартам;
- проходити численні перевірки декількох різних органів державного контролю, які часто дублюють одна одну.

Наприклад, у 2006 р. чверть підприємств, пов'язаних із обігом харчових продуктів (заклади громадського харчування та ін.), та третина промислових підприємств витратили, відповідно, по 3000 та 8000 дол. США на обов'язкову сертифікацію продукції. Це суперечить досвіду країн із розвинутою економікою, у яких дійшли висновку, що необхідного та достатнього рівня безпечності можна досягти без застосування суворих обмежувальних адміністративних процедур, які негативно впливають на конкурентоспроможність приватного сектора та створюють затратні перешкоди для торгівлі [2].

Висновок. Як бачимо, стратегічний аналіз зовнішнього середовища молокопереробних підприємств дав змогу виявити дві найбільш значущі загрози їхній економічній безпеці: дефіцит сировини та посилення конкуренції в галузі. Можливими шляхами їх нейтралізації можуть бути: укладання довготермінових договорів з фермерами; комплексна підтримка підприємствами молочної промисловості власних постачальників сировини; їхня інтеграція з сільськогосподарськими підприємствами-виробниками молока; інвестування у створення власних фермерських комплексів; участь у формуванні державної підтримки розвитку тваринництва та молочної промисловості; розробки конкурентної стратегії; використання системи маркетингових комунікацій для стимулювання продажу продукції; формування системи збуту продукції з використанням різних форм її просування на ринку. Водночас, вирішення проблеми ресурсної безпеки молочної промисловості неможливе активних дій з боку держави: розроблення комплексної стратегічної програми збільшення кількості поголів'я ВРХ в Україні; створення чітких і дієвих механізмів реалізації вже визначених напрямів підтримки сільськогосподарських виробників молока; формування механізмів стимулювання виробництва молока в особистих селянських господарствах; посилення державного контролю за якістю молока; допомога держави особистим селянським господарствам у налагодженні зооветеринарного обслуговування молочного стада; пільгове цільове кредитування підприємств молочної промисловості (особливо малих і середніх), спрямоване на активізацію їхньої інноваційної діяльності; стимулювання нарощення капіталу у галузі агропромислового виробництва (пільгова політика оподаткування прибутку, що спрямовується на поповнення власних коштів і розширення виробництва); зниження ставки ПДВ на основну молочну продукцію.

Отже, стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємств молочної промисловості дає змогу виявляти і нейтралізувати загрози їхній економічній безпеці.

Література

1. Закон України "Про молоко та молочні продукти" від 24.06.2004 рр. від Верховної Ради України.
2. Аналітичний звіт конференції ІФС "Реформа системи харчової безпеки: міжнародний досвід та рекомендації для України", 18 травня 2009 р., Київ.
3. Офіційний сайт державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Сайт головного управління статистики у Львівській області. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.stat.lviv.ua>.
5. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.smida.gov.ua>.

Марченко О.М., Столяренко О.О. Потребность стратегического анализа внешней среды молокоперерабатывающих предприятий

Проанализирована внешняя среда субъектов ведения хозяйства молочной промышленности. Определены главные внешние угрозы экономической безопасности молокоперерабатывающих предприятий и предложены направления их нейтрализации. Установлено, что стратегический анализ внешней среды молокоперерабатывающих предприятий дал возможность обнаружить два наиболее значимой угрозы их экономические безопасности: дефицит сырья и усиления конкуренции в отрасли. Возможными путями их нейтрализации могут быть: заключение долгосрочных договоров с фермерами, комплексная поддержка предприятиями молочной промышленности собственных поставщиков сырья и тому подобное.

Marchenko O.M., Stolyarenko O.O. Necessity of strategic analysis of external environment of milk factories

The external environment of subjects of manage suckling industry is analysed. Certainly main external threats to economic security of milk factories and directions of their neutralization offer. It is set that the strategic analysis of external environment of environment of milk enterprises enabled to find out two most meaningful threats their economic safety: a deficit of raw material and strengthening of competition is in industry. The possible ways of their neutralization can be: entering into period contracts with farmers, complex support by the enterprises of suckling industry of own suppliers of raw material and others like that.

УДК 658.0:65.012.2

Доц. О.Ю. Масленников, канд. экон. наук;
магістрант М.В. Андрощук – Львівська КА

СТРАТЕГІЯ ЗРОСТАННЯ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Запропоновано визначення сутності понять "стратегія" та "виробнича стратегія". Обґрунтовано потребу стратегічного планування на підприємствах в сучасних умовах. Наведено види та розроблено методику її формування, проаналізовано взаємозв'язок з іншими функціональними стратегіями та визначено дії підприємства, потрібні для максимально ефективної реалізації стратегії.

Одним із пріоритетних напрямків державної політики України на сьогодні є реалізація плану вступу до ЄС. Але сучасний стан розвитку економіки України характеризується турбулентними умовами функціонування підприємства. Ці умови спричинені низкою чинників: хвиля реприватизації, нестабільна політична ситуація, зміна політичної еліти в країні і гостра нестача висококваліфікованих управлінців на підприємствах. Зазначений стан промисловості негативно впливає на процес інтеграції, і сьогодні перед країною