

Д.Ю. Гриднева, студент, Таврический государственный агротехнологический университет

Т.В. Кулиш, кандидат экономических наук, доцент, Таврический государственный агротехнологический университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ НА РЫНОК МОЛОКА

В статье раскрыты основные проблемы развития рынка молока. Выявлено влияние внешних факторов на рынок молока, а также определены альтернативные направления развития рынка.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, внешние факторы, рынок молока, политико-правовые, экономические, демографические, социально-культурные, природные, научно-технические факторы.

Важным аспектом стратегии развития предприятий молокоперерабатывающей отрасли в рыночной экономике является создание условий для выпуска продукции, которая имеет конкурентные преимущества на внутреннем и внешнем рынках, так как конечная цель молокоперерабатывающих предприятий - победа на конкурентном рынке и, как следствие, получение прибыли. Исходя из этого, стратегия развития молокоперерабатывающих предприятий должна включать меры направленные, как на выпуск конкурентоспособной продукции, так и на поддержания достигнутого уровня конкурентоспособности. Все это невозможно без определенных усилий предприятий по изучению конкурентной среды [1].

Вопросам переработки и реализации продуктов посвящены работы многих ученых: Васильчак С.В., Шубравская А.В., Сокольская Т.В., Тошина Н., Протасова Л.В., Бондаренко В.М., Сидорченко В. и др. Однако учитывая особенности и тенденции современных изменений в развитии молочной промышленности Украины, вопросы реализации молочных продуктов, являющихся предпосылкой эффективного функционирования отрасли, приобретает особую актуальность.

Целью данной статьи является исследование влияния внешних факторов на рынок молока и выявление основных направлений его развития.

Разработка стратегии маркетинга молокоперерабатывающих предприятий требует комплексного анализа и наблюдения за внешней и внутренней средой, рынком, конкурентами. Поскольку развитие рынка молока и молочной продукции в условиях членства Украины в ВТО характеризуется сложными связями между субъектами внутренних и внешних рынков, нужен комплексный анализ рынка молочной продукции, разработки направлений его совершенствования. С одной стороны сырьевая сфера молокоперерабатывающей отрасли находится в кризисном состоянии: ежегодно сокращается поголовье животных, остается низкой его производительность, разрушается и приходит в упадок материально-техническая база отрасли, в результате чего производство молока в последние

годы в Украине является убыточным. С другой стороны, в сложном экономическом положении оказались и молокоперерабатывающие предприятия, которые вынуждены сокращать производство продукции из-за дефицита сырья, низкой покупательной способности населения и потерю внешних рынков молочной продукции [2].

На деятельность молокоперерабатывающих предприятий, прежде всего, влияют такие факторы, которые можно сгруппировать в следующие пять подгрупп:

1) экономические - выражаются в уменьшении производства молока и снижении его качества, что значительно влияет на объемы производства молочной продукции;

2) политические факторы проявляются в отсутствии стандартов на все виды молочной продукции, которые особенно необходимы в условиях членства страны во Всемирной торговой организации, наличии большого количества законодательных актов по вопросам регулирования рынка молочной продукции;

3) социально-демографические имеют неоднозначное влияние: положительное - отменен НДС на детскую молочную продукцию, что способствует увеличению спроса и частичном улучшению уровня доходов населения; отрицательное - ухудшение демографической ситуации;

4) географические факторы являются определяющими в уменьшении затрат на транспортировку молочного сырья и, соответственно, в удешевлении продукции;

5) факторы конкурентной среды: появление заводов-конкурентов способствует повышению цен на молочную продукцию в связи с усилением конкуренции. Угрозой при этом является увеличение нереализованной продукции предприятия-производителя [3].

Для поддержания финансово-экономического состояния предприятий молокоперерабатывающей отрасли целесообразно:

1) осуществление жесткого государственного контроля над качеством молока-сырья - для чего необходимо привести в соответствие стандарты с требованиями ВТО;

2) стабилизация закупочных цен на молоко - целесообразно создать единое фермерское агентство по продаже молока, что учтет интересы всех его производителей, а не каждого в отдельности;

3) введение льготного кредитования участников рынка молока и молочных продуктов - целесообразно разработать действенные программы на основе установления партнерских связей с банками;

4) установление четкого контроля над осуществлением инвестирования - целесообразно создание на молокоперерабатывающих предприятиях инженерных групп, которые будут отвечать за внедрение инвестиций и инноваций.

Производители продуктов питания Украины функционируют в условиях высокой конкуренции, требующей от субъектов рынка молокоперерабатывающей отрасли адаптации к изменениям, поскольку именно это является основным фактором конкурентоспособности фирмы. Стратегия маркетинга молокоперерабатывающих предприятий обеспечивает эффективность и конкурентоспособность хозяйственной деятельности [4].

Отечественные молокоперерабатывающие предприятия характеризуются недостаточной эффективностью хозяйственной деятельности, основой которой является распределение и использование сырья, товарный ассортимент, качество и безопасность продукции, а также инновационная деятельность. Применение концептуальных подходов стимулирования предприятий молочной промышленности на основе формирования маркетинговых стратегий позволяет увеличить объемы производства продукции, повысить уровень предложения на внутреннем рынке, расширить рыночную долю предприятия, улучшить товарный вид продукции и потребительские свойства, а также создать конкурентоспособное предприятие [5].

Библиографические ссылки

1. Царь Г.В. Основные тенденции и перспективы развития пищевой промышленности Украины / Г.В. Царь // Научный вестник НЛТУ Украины. - 2012. - Вып. 20.13.- с.262-267.
2. Васильчак С.В. Особенности функционирования рынка молока и молочной продукции / С.В. Васильчак // Научный вестник НЛТУ Украины.- 2013.- № 15.4.- с.357-362.
3. Шубравская А.В., Сокольская Т.В. Развитие рынка молока и молочной продукции: мировые тенденции и отечественные перспективы / А.В. Шубравская, Т.В. Сокольская // Экономика и прогнозирования. - 2012. - № 2. - с. 80-93.
4. Бондаренко В.М. Развитие эффективного производства молока и его промышленной переработки в Украине / В.Н. Бондаренко // Экономика АПК. - 2014. - № 5. - с. 61-64.
5. Чагаровский В. Изменения в молочной отрасли. Возможные пути минимизации влияния экономического кризиса [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.ifc.org/ifcext/uspp.nsf/AttachmentsByTitle/Presentation_Chagarovskiy_rus/\\$FILE/Chagarovskiy_Rus.pdf](http://www.ifc.org/ifcext/uspp.nsf/AttachmentsByTitle/Presentation_Chagarovskiy_rus/$FILE/Chagarovskiy_Rus.pdf).

D.Yu. Gridneva, Student, Tavria State Agrotechnological University

T.V. Kulish, PhD in Economics, Associate Professor, Tavria State Agrotechnological University

Marketing research of the influence of external factors on the milk market

The article reveals the basic problems of development of the milk market. The influence of external factors on the milk market was identified and alternative directions of development of the market were defined.

Keywords: marketing research, external factors, milk market, political-legal, economic, demographic, socio-cultural, natural, scientific and technical factors.