

Скачков С. – студент

Науковий керівник: к. е. н., доц.

Т. Куліш

Таврійський державний
агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
м. Мелітополь, Україна

Маркетингове дослідження макросередовища та ринку молока та молочних продуктів

Актуальність проведення дослідження макросередовища ринку молока та молочних продуктів обумовлюється необхідністю вирішення проблем молочної промисловості з метою забезпечення її ефективного функціонування для задоволення цілей виробників, переробників, споживачів, підвищення рівня конкурентоспроможності як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринку [4]. З огляду на особливості й тенденції сучасних змін у розвитку молочної промисловості України, питання врахування впливу факторів маркетингового середовища на макро- та на мікрорівні є передумовою ефективного функціонування галузі та набуває особливої актуальності. Тому для розвитку ринку молока та молочних продуктів врахування впливу факторів маркетингового середовища на макро- та на мікрорівні має бути покладено в основу подальшої стратегії розвитку підприємств та прогнозуванні їхніх ризиків на ринку за умов поглиблення євроінтеграції.

Метою дослідження є виявлення впливу факторів маркетингового макросередовища на діяльність підприємств на ринку молока та молочних продуктів.

Серед політико-правових факторів макросередовища для регулювання ситуації на ринку молока та молочних продуктів в Україні було прийнято ряд законів, а саме Закони України «Про молоко та молочні продукти» [1], «Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції», «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про захист прав споживачів», «Про державну підтримку сільського господарства України» та інші нормативно-правові акти. Вищезазначеними законами гарантуються правове й організаційне забезпечення якості молока та молочних продуктів, дотримання заходів щодо не допуску та утилізація неякісної продукції, дотримання положень державної політики у сфері захисту прав споживачів, державна підтримка виробників молока, сировини і молочних продуктів [2]. Але на сьогодні державне регулювання молочної галузі здійснюється на незадовільному рівні. Також серед політико – правових факторів макросередовища загрозу становить геополітичне протистояння з Росією, вплив якого можливо уникнути шляхом посилення зовнішньої торгівлі з країнами Європи.

В економічному середовищі можливостями для розвитку підприємств є такі фактори, як те, що молочна галузь має значний потенціал до розвитку та підвищення рівня її продуктивності, також Україна є однією з провідних країн виробників молока у світі та з показником близько 2 % світового обсягу посідає 9 місце, а також можливостями є збільшення роздрібного товарообороту та доступність ресурсів. А загрози в економічному середовищі становлять такі фактори, як скорочення динаміки обсягу виробництва молока, зменшення оптового товарообороту на 58,5 %, загальноекономічна криза та зміни в правилах оподаткування, а також низька купівельна спроможність населення [3].

Серед демографічних факторів, які являють можливості для підприємств на ринку молока та молочних продуктів головними є: порівняно невисокий рівень урбанізації в країні, присутність та поселення інтеркультурних народів, а також те, що до основної категорії споживачів відноситься більша частка жінок та неодружених у структурі населення. Серед загроз можна виділити: зниження чисельності населення України та щорічне зниження народжуваності в країні. Вплив цих факторів може призвести до зменшення обсягів споживання молока.

До найбільш суттєвих соціально-культурних факторів макромаркетингового середовища ринку молока і молочної продукції відносимо використання молочних продуктів у національ-

них стравах, підвищення інформаційної обізнаності населення щодо раціонального харчування та харчування дітей, популяризація здорового способу життя серед населення та поділ населення на соціальні класи за доходами.

До науково-технічних факторів макромаркетингового середовища, що позитивно впливають на ринок молока та молочної продукції належать: наявність нових технологій виробництва та переробки молока, нові технології утримання та доїння поголів'я молочного стада, наявність спеціалізованого обладнання та транспорту, які забезпечують якість молока та якість його доставки до пунктів переробки, наявність науково розроблених та рекомендованих раціонів годівлі поголів'я молочного стада, наявність високопродуктивних порід корів. А ті що відносяться до загроз найвпливовішими є низька якість технологічного оснащення молокозаводів, необхідність модернізації виробництва та відсутність державного фінансування науково-дослідницьких інститутів щодо селекційної роботи ВРХ. Причиною цих загроз є недостатність державної підтримки та інвестицій у молочній галузі.

До природних, небезпечних та шкідливих виробничих чинників макросередовища ринку молока та молочних продуктів належить: хвороби поголів'я ВРХ, висока забрудненість доквілля, недостатня кормова база для поголів'я корів, використання біодобавок в раціоні ВРХ що впливає на якість сировини, умови праці, які є небезпечними для здоров'я працівників, забруднення навколишнього середовища, а саме великі викиди аміаку в середовище при утриманні ВРХ, а також те, що молочні продукти відносяться до продуктів що швидко псуються та вимагають специфічних умов зберігання і транспортування. Всі ці фактори є загрозою для ринку та підприємства.

В результаті проведеного маркетингового дослідження впливу факторів макромаркетингового середовища ринку молока та молочних продуктів на діяльність підприємств визначили, що найбільш вагомими загрозами для підприємства є геополітичне протистояння з Росією, скорочення динаміки обсягу виробництва молока, зменшення оптового товарообороту на 58,5 %, загальноекономічна криза та зміни в правилах оподаткування, зниження чисельності населення України та щорічне зниження народжуваності в країні, поділ населення на соціальні класи за доходами та зниження купівельної спроможності населення, низька якість технологічного оснащення молокозаводів, необхідність модернізації виробництва та відсутність державної підтримки та інвестицій у молочній галузі, значна частка імпортової продукції, висока собівартість виробництва молока, а також забруднення навколишнього середовища при утриманні ВРХ.

Найбільш значні фактори ринкових можливостей: зменшення імпорту молока, Закони України «Про молоко та молочні продукти», «Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції», «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про захист прав споживачів», а також постійний попит на молочну продукцію що обумовлюється підвищенням інформаційної обізнаності населення щодо раціонального харчування та харчування дітей та популяризацією здорового способу життя, наявність нових технологій виробництва та переробки молока, нові технології утримання та доїння поголів'я молочного стада та наявність спеціалізованого обладнання та транспорту, які забезпечують якість молока та якість його доставки [4; 5].

Основними заходам реалізації можливостей та мінімізації загроз макросередовища є: здійснення фінансової підтримки підприємств через механізм кредитування з мінімальними процентними ставками, лізингових операцій для реконструкції та модернізації виробництва, пошук шляхів зниження податків, зниження собівартості продукції та представлення ринку продукції по доступним цінам відповідної якості, збільшувати обсяг виробництва молока на вітчизняних підприємствах, розширення асортименту продукції, підвищення її якості відповідно до міжнародних стандартів якості продукції і технологій виробництва, вихід на нові ринки збуту та розвиток нової, сучасної рекламної кампанії переробних підприємств [3].

Джерела та література

1. Про молоко та молочні продукти: Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2004. № 47. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1870-15>
2. Коноваленко А. С. Політико-правові чинники розвитку ринку продуктів харчування для дітей шкільного віку. *Вісник Одеського національного університету ім. І. І. Мечнікова. Економіка*. Одеса. 2019. Т. 24. Вип. 4 (77). С. 63–68.

3. Кулиш Т. В. Альтернативы развития предприятий на рынке молока и молочных продуктов с учетом факторов макросреды. *Актуальные проблемы экономики, менеджмента и маркетинга в современных условиях: материалы Междунар. науч.-практ. конф./Алматин. акад. экономики и статистики. Алматы, 2019. С. 347–351.*
4. Кулиш Т. В. Маркетинговые исследования поведения потребителей на рынке молока и молочных продуктов. *Трансформация опыта менеджмента агробизнеса Европейского Союза в Казахстан и страны Центральной Азии: материалы XI Междунар. науч.-практ. конф./«Дулатовские чтения – Костанай».* 2019. С. 151–156.
5. Legeza D. G. Management of Competitiveness of Dairy Enterprises. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки.* 2014. № 3 (27). С. 11–16.

Таран Л. – студентка

Науковий керівник: к. е. н., доц.
І. Ховрак
Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського
м. Кременчук, Україна

Розробка фінансової стратегії розвитку банківських установ

Розвиток банківського сектору знаходиться під впливом значної кількості дестабілізуючих факторів, що діють як на рівні окремої установи, так і на рівні всієї банківської системи (макроекономічна та політична нестабільність, нестабільність валютних курсів, зменшення довіри до банків, зменшення лояльності працівників та клієнтів) [1–4]. Тому для ефективного функціонування банківських установ необхідна розробка фінансової стратегії розвитку з дотриманням наступних принципів: принцип наукового обґрунтування та актуалізації методик, що застосовуються в процесі побудови стратегії, комплексна діагностика фінансового стану банку, принцип неперервності, принцип спавставності вихідних даних і результируючих показників ефективності функціонування банку, принцип транспарентності, принцип об'єктивності. Загальний алгоритм розробки фінансової стратегії розвитку банківських установ наведено на рис. 1.



Рис. 1. Алгоритм розробки фінансової стратегії розвитку банківських установ