

Мохнюк А. М.

К.е.н., доцент Східноєвропейський національний
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк

Лукашук Ю. О.

Студентка факультету економіки та управління
Східноєвропейський національний
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк

ПЕКРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Сучасні ринкові умови функціонування підприємств та організацій сприяють постійному пошуку резервів і шляхів отримання додаткових конкурентних переваг у внутрішньому середовищі підприємства. Такий пошук стає все складнішим через зниження ефективності функціонування та загострення проблем зовнішнього середовища. На цьому етапі високих результатів виробництва можна досягти лише завдяки налаштуванню кожної з ланок діяльності, першою та головною з яких виступає планування роботи підприємства.

Проблеми планування операційної діяльності сучасних підприємств молочної промисловості, оцінювання ефективності господарських операцій, формування організаційного й інформаційного забезпечення стратегічного та поточного управління операційною діяльністю закономірно привертало до себе підвищену увагу багатьох науковців – таких, П. С. Березівського, В. М. Бондаренка, Д. М. Микитюка, Т. Л. Мостенської, В. М. Марченко, М. Г. Павленка, П. Т. Саблука І. В. Федулової та ін.

Незважаючи на численні дослідження, такі питання як пошук шляхів зміцнення конкурентних переваг, інтенсифікації та підвищення ефективності використання всіх видів ресурсів, скорочення непродуктивних витрат потребують детального вивчення.

В результаті дослідження молочної промисловості, можна відзначити основні проблеми: застаріле обладнання, нерозвиненість ринкової інфраструктури, падіння попиту на продукції через низький рівень платоспроможності населення, погане забезпечення сировиною молокозаводів для виготовлення молочної продукції [2]. Проте галузь має високий потенціал для розвитку експорту молочної продукції [3]. У 2016 році було експортовано продукції на суму 177,9 млн. дол. США, а імпортовано значно менше, лише 34,3 млн дол., а сальдо в 2016 році становило 143,5 млн дол. США [1].

Прискорення темпів розвитку підприємств молочної промисловості стримується через відсутність на переважній більшості підприємств не тільки стратегічних, а й поточних планів розвитку, що виключає існування стратегії розвитку та чітко визначених показників діяльності.

Проведений аналіз основних техніко-економічних показників підтвердив тезу, що для підприємств молочної промисловості, зокрема ТОВ «Клуб Сиру» характерний високий рівень економічного та виробничого потенціалу, проте внаслідок несприятливої кон'юнктури молочного ринку на фоні довгострокової стагнації економіки України зазнає значних фінансових збитків протягом аналізованого періоду. Вирішення проблеми постійно наростаючих збитків потребує комплексного дослідження чинників негативного впливу на роботу підприємства та напрямків підвищення конкурентоспроможності.

За допомогою проведеного SWOT-аналізу було визначено, що ТОВ «Клуб Сиру», може використати низку сильних сторін, серед яких ключовими є вже наявна репутація виробника якісної продукції, сильна кадрова і виробнича база підприємства, організація дистрибуційної системи, а також посилена робота по забезпеченню сировиною. Труднощі обумовлені недостатнім контролем над рухом продукту від виробника до споживача, слабка рекламна підтримка, висока конкуренція в ціновому сегменті. Тобто основними напрямками стратегічного розвитку підприємства, на нашу думку, є: збільшення виробничих

потужностей; придбання нового сучасного обладнання; розширення асортименту продукції та розвиток системи маркетингу на підприємстві.

В результаті аналізу матриці Мак-Кінсі виявлено, що для ТОВ «Клуб сиру» пріоритетним напрямком є виробництво твердих сирів [4, с. 79].

Тверді сири типу «Голландський» та «Російський» є технологічною базою для розробки та формування більш новітніх розробок підприємства. Найбільш цікавими для галузі та споживачів є флагмани сирної продукції підприємства сири тверді «Нуар» та «Едельвейс». Рентабельність цієї продукції підприємства є найвищою серед всієї номенклатури продукції підприємства, однак обсяги реалізації найнижчі. Тому не можна спиратися лише на цю групу сирів у побудові стратегії розвитку підприємства.

Для того, щоб удосконалити діяльність за відповідними критеріями можна запропонувати керівництву компанії здійснити низку заходів: дотримуватися соціальної відповідальності перед суспільством (надавати допомогу у соціальних питаннях місцевій громаді та активно співпрацювати з нею, дбати про екологічну безпеку навколишнього середовища та ін.); здійснювати систематичний перегляд та актуалізувати місію, бачення, політику та стратегію підприємства з метою підвищення ефективності функціонування компанії; періодично проводити моніторинг та на основі його результатів поліпшувати систему матеріальної та моральної мотивації персоналу; забезпечити ефективний зворотній зв'язок між персоналом та керівництвом підприємства; систематично проводити опитування працівників для визначення їх задоволеності умовами та оплатою праці, охороною здоров'я та професійною безпекою; розширити асортимент продукції; розробити заходи щодо формування бренду та підвищення рівня лояльності споживачів до продукції підприємства.

Щоб не виникало проблем з якістю продукції, слід налагодити повноцінне управління сировинним потоком, технологічними ланцюжками і адекватним зберіганням. Слід так само скоротити виробництво нерентабельних продуктів і позбутися деяких з них.

Найбільш пріоритетною галузь для ТОВ "Клуб Сиру" можна визначити виробництво сирів широкого асортименту, які легко отримали широку популярність на національному ринку України. Ця продукція є однією з найбільш рентабельною на молочному ринку, проте потребує великої кількості інвестицій в технологічне обладнання та має низькі середні показники обертання активів по галузі.

Проведеним дослідженням встановлено, що з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості та зокрема ТОВ «Клуб Сиру» повинна бути розроблена стратегія, яка спрямована на: постійне використання нововведень; пошук нових, більш досконалих форм товару, що випускається; випуск продукції такої якості, яка відповідала б державним і світовим стандартам; збут товарів у ті сегменти ринку, де найбільш високий попит та вимоги до якості; використання високоякісної сировини та матеріалів; постійне навчання та перепідготовка кадрів; проведення маркетингових досліджень ринку з метою встановлення потреб споживачів; аналіз конкурентів для виявлення своїх сильних та слабких сторін; підтримання контактів з науково-дослідними організаціями та інвестування наукових розробок, спрямованих на підвищення якості продукції.

Запропоновані заходи дозволять молокопереробним підприємствам ефективно використовувати свій потенціал, залучати інвестиції кошти достатніх обсягах, що дасть змогу зменшити вплив негативних факторів на подальшу діяльність підприємств та підвищить рівень конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Агро бізнес (2016), "Потенціал українського молока на світовому ринку" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.agrobusiness.com.ua/ekonomichny_igektar/ru.html

2. Брендингове агенство KOLORO (2016), "Аналіз ринку молочної продукції 2015 – 2016 роки" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya.html/>

3. Державний комітет статистики України (2016) [Електронний ресурс] "Виробництво промислової продукції за видами", режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/pr/vr_rea_ovpp/vr_rea_ovpp_u/arh_vppv_u.html

4. Микитенко В. В. Діагностика стратегічного потенціалу підприємства / В. В. Микитенко, І. А. Ігнатієва // Вісник економічної науки України. – 2015. – №2. – С. 77-80.

Орлов В. М.

д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства та корпоративного управління, Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова, м. Одеса

Ободовський Ю. В.

аспірант кафедри економіки підприємства та корпоративного управління, Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова, м. Одеса

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ПОБУДОВИ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ

У здійсненні переходу економіки України на ринкові засади значний вплив має, в першу чергу, трансформація підприємств різних сфер діяльності та форм господарювання, їх перевлаштування на нові умови. Підприємство в даному випадку виступає передвісником майбутньої економічної системи, оскільки його ефективна та злагоджена робота слугує запорукою сталого розвитку країни в цілому. Але проведення будь-яких внутрішніх перетворень – завдання самої організації, а відтак – її системи управління.

В доповіді обґрунтовується необхідність дослідження не лише досвіду побудови структур управління в інших країнах та на інших підприємствах, а й найповніше врахування особливостей та використання потенціалу управлінського персоналу для забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Намагаючись забезпечити розвиток підприємства керівництво зосереджує увагу на запровадженні якомога ширшого кола новацій, переважно направлених на удосконалення виробничого процесу, забуваючи, однак, що як їх впровадження так і в широкому сенсі організація всієї роботи підприємства здійснюється його управлінською складовою, ефективність діяльності якої визначає ефективність роботи підприємства в цілому. Інновація представляє собою «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також *організаційно-технічні рішення* виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [1]. Тобто, інновації можуть (та мають) охоплювати не лише виробничу сферу підприємства, а й його систему управління.

Перш за все, впроваджуючи інновації, що стосуються системи управління, орієнтуються на досвід інших країн, підприємств подібної сфери діяльності і т. д. Але, насправді питання порівнянності умов діяльності має досить фундаментальний характер, оскільки мають місце як спільності, так і відмінності, що проявляються в тому числі й у загальному стані економіки, розвитку науки, так і в менш явних аспектах – в ментальних та історичних особливостях. Наприклад, стосовно розвитку деревообробної галузі України зокрема зазначається: «Варто орієнтуватися на досвід Швеції, яка також починала з експорту деревини в XIX ст. Однак при цьому активно створювала деревообробні підприємства, кошти вкладали в глибоку переробку...» [2, с. 7], тобто ті етапи розвитку, які Україна зараз проходить для деяких держав залишилися в минулому, а тому вони можуть бути наглядним прикладом напрямів удосконалення, які варто застосовувати та тих кроків, які слід оминати при перетворенні систем управління підприємств: «Немає нічого нового під сонцем, тим