

## СТРАТЕГІЧНА ПАРАДИГМА ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

УДК 338.1:631.16:636.087.6

І. М. ВОЛКОВА

Житомирський національний агроєкологічний університет

### МАРКЕТИНГОВА ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОКОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

*Обґрунтовано зміст та соціально-економічну місію функціонування підприємств молокопродуктового підкомплексу. Представлено функціонально-галузеву структуру молокопродуктового підкомплексу. На підставі результатів опитування за допомогою спеціально розроблених анкет визначено перспективні напрями розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу.*

*Maintenance and socio-economic mission of functioning of enterprises of milk subcomplex are reasonable. The functionally-branch structure of milk subcomplex is presented. On the basis of results of questioning by means of the specially worked out questionnaires perspective directions of development of enterprises of milk subcomplex are certain.*

*Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, молокопродуктовий підкомплекс, ринок молока і молочних продуктів, маркетинговий інструментарій.*

**Постановка проблеми.** Функціонування підприємств молокопродуктового підкомплексу відіграє визначальну роль у забезпеченні населення життєво важливими продуктами харчування. Водночас, вони виконують важливу соціальну функцію, забезпечуючи сферу зайнятості і підвищуючи рівень доходів населення. Сучасний розвиток підприємств підкомплексу супроводжується значними труднощами, що пояснюється різними причинами об'єктивного та суб'єктивного характеру. З огляду на це, актуальним завданням є пошук перспективних напрямів подальшого ефективного розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу.

Сучасний етап розвитку ринку молока і молочних продуктів в Україні характеризується посиленням конкурентної боротьби між суб'єктами господарювання. Запорукою успіху за таких умов є ринкова орієнтація виробництва молочної продукції на засадах маркетингу, що передбачає узгодження товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик підприємств молокопродуктового підкомплексу. За таких умов актуалізується питання маркетингової парадигми розвитку даних підприємств в умовах висококонкурентного середовища.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми функціонування молокопродуктового підкомплексу, кон'юнктури внутрішнього ринку молока і молочних продуктів, господарської та зовнішньоекономічної діяльності молокопереробних підприємств знайшли своє відображення у наукових працях відомих вітчизняних дослідників, зокрема В. Андрійчука, П. Березівського, В. Зимовця, М. Ільчука, М. Калінчика, О. Крисального, Т. Мостенської, В. Пабата, М. Пархомця, П. Саблука, А. Стельмашука, В. Трегобчука, О. Шпичака, В. Юрчишина. Методичні та прикладні проблеми маркетингу у сфері вітчизняного аграрного бізнесу висвітлено у працях В. Андрійчука, Т. Астратової, В. Власова, Т. Дудара, І. Кириленка, М. Маліка, В. Неганової, П. Саблука, В. Ситника, О. Шпичака та ін. Водночас подальшого розвитку потребує обґрунтування теоретико-методологічних та прикладних аспектів маркетингової парадигми розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу, що і зумовило необхідність проведення даного дослідження.

**Постановка завдання.** Об'єктом дослідження є процес обґрунтування основних засад маркетингової парадигми розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу. Теоретико-методичною і методологічною основою даною дослідження є системний підхід до вивчення економічних явищ, теоретичні розробки вітчизняних і зарубіжних вчених. Поставлені завдання зумовили використання таких методів дослідження: абстрактно-логічного, зокрема прийомів аналогії та співставлення, індукції та дедукції – для формулювання теоретико-методологічних основ теми дослідження, висновків та перспектив подальших досліджень; соціологічного опитування – для визначення перспективних напрямів розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу.

**Виклад основного матеріалу.** Молокопродуктовий підкомплекс є невід'ємною складовою сфери виробництва агропродовольчої продукції, метою функціонування якого є задоволення потреб населення в молочних продуктах відповідної якості. Важливість молокопродуктового підкомплексу визначається наступними чинниками: підприємства підкомплексу розміщені у всіх регіонах країни; продукція є незамінною складовою раціону харчування населення; молокопереробна промисловість є практично єдиним ринком збуту для виробників молока.

Виходячи з актуальності питання функціонування та розвитку молокопродуктового підкомплексу на маркетингових засадах доцільно, насамперед, розглянути його економічний зміст та соціально-економічну місію. Дослідження умов формування, становлення та розвитку молокопродуктового підкомплексу (далі – МППК) починається у 80-х рр. ХХ ст. Значну увагу визначенню проблем сутності та призначення молокопродуктового підкомплексу в своїх працях приділяв Паламарчук М.М., який зазначав,

що молокопродуктовий підкомплекс включає в себе галузі молочного тваринництва і молочної промисловості, що на базі інтеграційних процесів забезпечують виробництво молока та молочних продуктів [4, с. 7].

Пархомець М.К. у монографії “Організаційно-економічні основи розвитку молокопродуктового підкомплексу в ринкових умовах” зазначає, що молокопродуктовий підкомплекс країни – це багатогалузева система, в якій здійснюється процес поєднання відокремлених виробництв у єдиний інтегрований спосіб виробництва молочних продуктів за схемою “виробництво – переробка – споживання” [5, с. 16]. Вчений наголошує, що стратегічною метою його функціонування є розв’язання продовольчої проблеми в Україні та нарощування експорту молочних продуктів.

З огляду на багатоаспектність поняття “молокопродуктовий підкомплекс” наразі не існує однозначного підходу щодо визначення його структури. На структурну побудову формування МППК впливають чинники, основними з яких є поділ країни на адміністративно-територіальні одиниці, природнокліматичні умови різних регіонів, ефективність функціонування переробної галузі та інфраструктури аграрного ринку. Нині сформувалося декілька підходів до визначення функціонально-галузевої структури молокопродуктового підкомплексу країни. Представники різних напрямів виділяють три, чотири, п’ять та навіть шість сфер в структурі молокопродуктового підкомплексу. Прихильниками трьохсферної структури МППК є Андрійчук В.Г., Вихор Н.В., Павлович З.А. Вони вважають, що до складу молокопродуктового підкомплексу слід відносити галузі виробництва сирого молока, молочної промисловості, а також машинобудування та інші галузі, що виробляють засоби виробництва для перших двох сфер [2, с. 10]. Також вчені зазначають, що ефективне функціонування МППК в цілому неможливе без розвитку інтеграційних зв’язків між даними галузями.

Прихильниками другого напрямку можна вважати Афанасенко І.Д., Сенченко В.І., Мацибору В.І., Крисального О.В. та інших вчених-аграрників. Науковці вважають, що до складу МППК входять 4 сфери: галузі, що виробляють засоби виробництва, сировину для переробної промисловості, власне переробна промисловість та сукупність галузей, зайнятих заготівлею, транспортуванням, зберіганням та збутом готової молочної продукції. Павчак В.А. висловлює думку, що молокопродуктовий підкомплекс складається з 5 сфер: галузі виробництва засобів виробництва (машинобудування, мікробіологічна і комбикормова промисловість, ін.); молочне скотарство, молочна промисловість; виробнича (агрономічне та ветеринарне обслуговування, елеваторно-складське і транспортне господарство тощо) та соціальна (житлово-комунальне господарство, об’єкти освіти та охорони здоров’я) інфраструктура [3, с. 53].

Деякі вчені-економісти в структурі молокопродуктового підкомплексу виділяють 6 сфер [1, с. 11–12]. До структури МППК вони відносять галузь виробництва засобів виробництва; виробництво сировини; галузь переробки сирого молока і виготовлення з нього кінцевих молочних продуктів; виробничу інфраструктуру (матеріально-технічне забезпечення галузей МППК, послуги із заготівлі, транспортування та зберігання продукції, ремонт техніки тощо); підгалузі, що забезпечують відтворення робочої сили, в т. ч. підготовку кадрів та підвищення рівня їх кваліфікації; підсистеми, що створюють умови відтворення в молочному скотарстві (ветеринарні служби, прикладні наукові дослідження). Однак, з огляду на те, що не всі підприємства зазначених сфер безпосередньо пов’язані із виробництвом та реалізацією молока і молочних продуктів, запропонована структура є значно ускладненою.

В контексті даного дослідження до функціонально-галузевої структури молокопродуктового підкомплексу пропонується відносити сектор виробництва сирого молока, сектор виробництва кінцевої продукції, технічний та технологічний агросервіс, а також інфраструктуру аграрного ринку. Така точка зору ґрунтується на тому, що до МППК доцільно відносити підприємства тих галузей, що безпосередньо займаються виробництвом, переробкою та реалізацією молочних продуктів, а також обслуговують зазначені процеси. В той же час економічно недоцільним є окреме виділення в структурі МППК галузі, підприємства якої виробляють засоби виробництва для вищезазначених сфер (комбайни, устаткування, паливно-мастильні матеріали тощо), оскільки їх продукція використовується й іншими підкомплексами та реалізується на експорт. Іншим аргументом на користь даної думки є територіальне розміщення підприємств МППК. Підприємства з виробництва, переробки, зберігання та реалізації молочної продукції переважно тяжіють до місць її споживання, а, отже, є територіально наближеними одне до одного. Водночас розміщення підприємств машинобудування поблизу цих галузей є економічно необґрунтованим, оскільки воно, як правило, тяжіє до сировинної бази та місць концентрації робочої сили.

Особливе місце та роль в запропонованій функціонально-галузевій структурі МППК належить галузі молочного скотарства як виробнику сировини для переробної промисловості. Скотарство – це важлива сфера матеріального виробництва, призначенням якої є виробництво тваринницької продукції з метою одержання продовольства для населення та сировини для промисловості. Відповідно призначенням молочного скотарства є виробництво цільного молока та первинна його обробка з метою подальшої реалізації. Молочне скотарство не тільки постачає сире молоко для легкої, харчової та фармацевтичної промисловості, а й є цінним джерелом органічних добрив [6, с. 186]. Скотарство в усіх природнокліматичних зонах України є однією із провідних галузей сільського господарства і має молочно-м’ясну спеціалізацію.

Другою сферою молокопродуктового підкомплексу є переробна галузь, в якій реалізується головна мета технологічного процесу виробництва молокопродукції – створення із сирого молока високоякісної кінцевої продукції. Під молокопереробною галуззю розуміється сфера МППК, основним завданням якої є своєчасна, з найменшим розривом у просторі і часі, переробка цільного молока і виготовлення з нього конкурентоспроможної молочної продукції з метою подальшого доведення її до споживачів [8, с. 302]. Молочна промисловість об'єднує маслоробну, сироварну, молочноконсервну галузі, виробництво продуктів з незбираного молока. Важливість молокопереробної промисловості визначається наступними чинниками: підприємства галузі розміщені у всіх регіонах країни; продукція є важливою складовою раціону харчування більшості людей і переважно не має товарів-замінників; в галузі зайнята значна кількість людей; вона є практично єдиним ринком збуту для виробників молока.

Не дивлячись на розходження думок вітчизняних вчених-економістів щодо функціонально-галузевої структури молокопродуктового підкомплексу, більшість дослідників наголошують, що обов'язковим складовим елементом МППК є інфраструктура аграрного ринку як необхідна умова функціонування ринку в цілому. Інфраструктура аграрного ринку як складова молокопродуктового підкомплексу – це інфраструктура, що забезпечує функціонування аграрного ринку. Вона являє собою взаємопов'язану систему підприємств і організацій, незалежно від форми їх власності, що забезпечують безперервність процесів виробництва молока і молочних продуктів та доставки їх споживачам. Неможливість довготривалого зберігання молока і переважної частини продуктів його переробки зумовлює стратегічну важливість налагодженої роботи інфраструктури аграрного ринку.

В контексті даного дослідження основним призначенням інфраструктури аграрного ринку є забезпечення умов якісного функціонування секторів виробництва та переробки молока, а також постійного їх розвитку. Так, процес виробництва цільного молока додатково потребує організації низки виробничо-технологічних циклів, зокрема, селекція та генетика тварин, репродукція та розведення молочної стади, штучне осіменіння тварин, обслуговування тваринницьких ферм тощо. В свою чергу, на ефективність функціонування молокопереробної галузі також впливає злагодженість роботи підприємств, що забезпечують заготівлю, транспортування, зберігання та збут готової молочної продукції – заготівельних пунктів, оптової та роздрібної торгівлі, складського та холодильного забезпечення, транспортного обслуговування. Вищезазначене ще раз підтверджує необхідність збалансованого розвитку всіх сфер у забезпеченні підвищення ефективності функціонування молокопродуктового підкомплексу в цілому.

Забезпечення конкурентоспроможності молочних продуктів на внутрішньому та зовнішньому ринках тісно пов'язане із ефективністю роботи підприємств технічного та технологічного аграрного сервісу. Агросервіс – це сукупність видів діяльності, що обслуговують процес виробництва товарів аграрного походження та доведення їх до кінцевого споживача й забезпечують ефективне функціонування процесу на всіх його стадіях [7, с. 278]. В умовах молокопродуктового підкомплексу важливою його складовою є технічний та технологічний агросервіс. Такий підхід зумовлюється особливостями виробництва в рамках МППК. Так, сектори виробництва сирого молока та кінцевої продукції не можуть функціонувати без суміжних видів діяльності, таких як зооветеринарне обслуговування, племінна справа, ремонтно-будівельний агросервіс, постачання матеріально-технічних ресурсів. Специфіка даного виду агросервісу полягає в тому, що він вивільняє галузі виробництва та переробки молока від виконання допоміжних операцій з обслуговування зазначених процесів, одночасно впливаючи на собівартість та обсяги виробництва молочних продуктів.

Однією з визначальних ознак розвитку МППК, що негативно впливає на його економічну ефективність є сезонність виробництва та надходження молочної сировини. Сезонність коливань надходження сирого молока на молокопереробні підприємства молочної галузі негативно впливає їх функціонування, зумовлюючи нерівномірність завантаженості та неповну завантаженість виробничих потужностей підприємства та робочої сили протягом року, а також коливання собівартості молочної продукції протягом року.

З метою обґрунтування маркетингових засад розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу було проведено опитування за допомогою спеціально розроблених анкет. Об'єктом опитування виступили молокопереробні підприємства регіону. Результативність анкетування – 41 підприємство, що склало 100 % від загальної кількості респондентів. Цільовою аудиторією обстеження стали керівники та провідні спеціалісти молокопереробних підприємств Житомирської області.

В результаті було з'ясовано, що на обсяги виробництва молочної продукції впливає ряд чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Серед зовнішніх чинників найсуттєвішими було вказано: кількість сировини відповідної якості; рівень закупівельних цін молока; сезонність виробництва молока; конкуренція з боку виробників аналогічної продукції та ефективність функціонування галузі молочної скотарства. Внутрішніми чинниками були вказані рівень технічного оснащення підприємства; налагодженість зв'язків із постачальниками сировини; екологічні властивості сировини; дієвість каналів збуту; інвестиційна привабливість підприємства. Водночас, всі респонденти були одноставними в думці про те, що саме якість сировини та рівень технічного оснащення формують виробничі потужності молокопереробного підприємства.

Визначення напрямів регулювання внутрішнього ринку молока і молочних продуктів тісно пов'язано з функціонуванням підприємств молокопродуктового підкомплексу на маркетингових засадах. В зв'язку з цим респондентам було запропоновано визначити пріоритетні напрями державного регулювання ринку молока і молокопродуктів як передумову стабілізації функціонування та подальшого розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу (табл. 1).

Таблиця 1

**Напрями державного регулювання внутрішнього ринку молока і молокопродуктів**

Напрямок регулювання (можливі декілька варіантів відповідей)	Кількість позитивних відповідей		Ранжування за значенням
	одиниць	%	
Стимулювання попиту на молокопродукти	19	46,3	4
Стабілізація внутрішнього ринку	39	95,1	1
Регулювання зовнішньої торгівлі	34	82,9	2
Безпосередня підтримка доходів виробників	31	75,6	3

Аналіз отриманих даних свідчить, що 34 з 41 опитаних керівників та провідних спеціалістів молокопереробних підприємств регіону перевагу надали регулюванню зовнішньої торгівлі молочними продуктами, що свідчить про зацікавленість даних підприємств у здійсненні експортної діяльності, а, отже, доцільність та перспективність її розвитку. Також важливими сферами регулювання, на думку респондентів, є стабілізація ситуації на ринку молока і молочних продуктів та безпосередня підтримка доходів товаровиробників.

Визначення перспективних напрямів розвитку молокопродуктового підкомплексу тісно пов'язане з удосконаленням маркетингової діяльності підприємств даного підкомплексу. В зв'язку з цим респондентам було запропоновано визначити головні напрями подальшого розвитку зазначеного підкомплексу (табл. 2).

Таблиця 2

**Визначення перспективних напрямів розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу**

Напрямок розвитку	Кількість позитивних відповідей		Ранжування за значенням
	одиниць	%	
Розробка державної стратегії поліпшення якості виробленого молока і молокопродуктів	34	82,9	2
Впровадження стимулюючих програм розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу	38	92,7	1
Боротьба з фальсифікатом молочної продукції	22	53,7	5
Удосконалення системи державного дотування виробників молока	11	26,8	6
Заходи щодо обмеження монополізму та боротьби з недобросовісною конкуренцією	27	65,8	4
Інформаційно-консультаційне та наукове забезпечення підприємств молокопродуктового підкомплексу	30	73,2	3

Встановлено, що серед запропонованих в анкеті напрямів розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу найперспективнішими, на думку респондентів, є 3 головних, а саме, впровадження стимулюючих програм розвитку зазначених підприємств; розробка державної стратегії поліпшення якості виробленого молока і молокопродуктів; інформаційно-консультаційне та наукове забезпечення підприємств молокопродуктового підкомплексу.

Ранжування визначених напрямів за значенням дало можливість встановити, що найбільш актуальним напрямом розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу є розробка та запровадження відповідних програм розвитку підприємств молокопродуктового підкомплексу.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Комерційний успіх або невдача підприємств молокопродуктового підкомплексу на ринку переважно визначається управлінськими рішеннями, які

приймаються з огляду на маркетингову парадигму розвитку даних підприємств. Вибір відповідного маркетингового інструментарію, адекватного наявним ресурсам підприємства, є запорукою досягнення комерційних цілей суб'єкта господарювання на цільових ринках.

За результатами соціологічного опитування встановлено, що розвиток підприємств молокопродуктового підкомплексу регіону дослідження характеризується низкою проблем. По-перше, різке скорочення обсягів виробництва молока та зниження його якісних показників викликає руйнування сировинної бази молочної промисловості, призводить до неповного використання виробничих потужностей переробних підприємств. По-друге, протягом останніх років спостерігається зміна структури виробництва молока, висока питома вага належить особистим селянським господарствам, що вимагає зміни організації системи заготівель молока. По-третє, невисока якість сирого молока знижують конкурентоспроможність вітчизняних молочних продуктів на світовому ринку. Можливими шляхами розв'язання зазначених проблем є перехід на маркетингові засади функціонування підприємств молокопродуктового підкомплексу. Перспективним є застосування фінансово-економічних інструментів стимулювання розвитку підприємств даного підкомплексу, зокрема, активізацію інвестиційної та запровадження інноваційної діяльності зазначених підприємств.

### Література

1. Демина М.П. Развитие и планирование региональных АПК / Демина М.П. – М., 1981. – 112 с.
2. Павлович З.А. Государственное управление агропромышленным комплексом / Павлович З.А. – К. : Наукова думка, 1984. – 232 с.
3. Павчак В.А. Економіка сільського господарства : [навч. посібник] / Павчак В.А. – К. : Вища шк., 1990. – 398 с.
4. Паламарчук М.М. Територіальна структура промислового комплексу економічного району / М.М. Паламарчук, К.А. Ташук. – К. : Наукова думка, 1974. – 125 с.
5. Пархомиць М.К. Організаційно-економічні основи розвитку молокопродуктового підкомплексу в ринкових умовах / Пархомиць М.К. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – 346 с.
6. Розміщення продуктивних сил України : [підручник] / Баб'як Г.П., Брич В.Я., Дусановська М.П. та ін. ; за ред. С. П. Качана. – К. : Вища шк., 1999. – 375 с.
7. Степаненко Н.І. Місце та роль підприємств аграрного сервісу в ринковій економічній системі / Н.І. Степаненко // Вісник Харківського національного технічного університету. – Х.: ХНТУСГ, 2006. – Вип. 35 – С. 274–279.
8. Хорунжий М.Й. Організація агропромислового комплексу : [підручник] / Хорунжий М.Й. – К. : КНЕУ, 2001. – 382 с.

Надійшла 18.10.2011

УДК 330.341.1

Н. С. ІЛЛЯШЕНКО, О. А. БІЛОВОДСЬКА  
Сумський державний університет

## ВИПЕРЕДЖАЮЧИЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПРОГРЕС РОЗВИТОК: СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ

*Розглянуто існуючі погляди та підходи до розуміння поняття «розвитку» та його класифікації. Виокремлено основні характеристики випереджаючого розвитку. Запропоновано визначення терміну «випереджаючий розвиток»; встановлено, що об'єктом його випередження є науково-технічний прогрес.*

*Existing sights and approaches to understanding of concept of "development" and its classification are considered. The basic characteristics of advancing development are allocated. Term definition «advancing development» is offered; it is established that object of its advancing is scientific and technical progress.*

*Ключові слова: розвиток, випереджаючий розвиток, науково-технічний прогрес.*

Як свідчить досвід найбільш розвинутих країн світу до основних чинників їх конкурентоспроможності відносяться вміння своєчасно виявити перспективні напрямки розвитку та впровадження ефективних механізмів інноваційної діяльності на підприємствах. Саме інновації, які випереджають науково-технічний розвиток дозволяють не лише підвищувати рівень економіки, але й вивести країну на перші позиції в світових рейтингах. Аналіз сучасних досягнень України в інноваційній сфері свідчить про низький рівень стану інноваційної системи та недостатність факторів, що гарантують їй виживання та розвиток в довгостроковій перспективі.

Таке негативне становище обумовлено багатьма факторами: недостатній рівень державної підтримки підприємств, що займаються інноваційною діяльністю, відсутність дієвого механізму стимулювання інтелектуальної роботи, недостатність коштів у підприємств, зниження рівня інвестицій в