

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У СПИРТОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ: ЗОВНІШНІ ЗАГРОЗИ І МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ

Вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності економіки України в цілому і її галузей зокрема потребує перегляду пріоритетів розвитку на макро- і мікроекономічному рівнях. Серед стратегічних галузей, які забезпечують значні надходження до державного бюджету, чільне місце належить спиртовій промисловості, рівень розвитку якої є суттєвим чинником ефективності багатьох галузей вітчизняної економіки: фармацевтичної, харчової, агропромислового та паливно-енергетичного комплексів. Однак, ця галузь традиційно розглядається як монопродуктова з наявністю кількох непринципових супутніх виробництв, які не стали нині вагомим джерелом надходжень до державного бюджету.

Актуалізація проблеми підвищення конкурентоспроможності та ефективної діяльності спиртової промисловості зумовлюється нині об'єктивною можливістю і доцільністю її перетворення в мультифункціональну галузь з широким портфелем диверсифікованих виробництв, здатних задовольняти традиційні й нові потреби динамічного ринкового середовища. Розв'язання таких принципових для галузі завдань можливе шляхом запровадження в економічний механізм управління суб'єктами господарювання елементів гнучкості як важливої передумови їхньої адаптації до ринкових вимог. Однак, процеси централізації управління, які відбулися останнім часом у галузі, не сприяють гнучкості підприємств і обмежують приватну ініціативу, що значною мірою демотивує потенційних інвесторів вкладати кошти у розвиток галузі.

Спиртова промисловість України повністю задовольняє внутрішні потреби держави у спирті для виготовлення лікєро-горілочаних виробів, використовуючи лише 30-35 % своїх потужностей [1]. Такий показник є підставою для пошуку нових ринкових можливостей і розвитку стратегічних ініціатив, формування нових (або розширення існуючих) потреб для повнішого використання виробничого потенціалу на засадах диверсифікації, у першу чергу – спорідненої, а також вертикальної інтеграції.

У цьому контексті у жовтні 2007 року Міністерством аграрної політики було затверджено «Програму розвитку спиртової галузі на 2007-2011 роки», метою якої було збереження виробничого потенціалу спиртової галузі та створення умов для її ефективної роботи за рахунок перепрофілювання частини надлишкових потужностей на виробництво продукції технічного призначення, біоетанолу, організації виробництва біогазу, кормопродуктів на основі реструктуризації неперспективних підприємств [2].

Напротивагу існуючим потенційним можливостям зростання ефективності й конкурентоспроможності підприємств спиртової промисловості та галузі в цілому, на практиці спостерігається погіршення показників ринкової активності, падіння фінансових та виробничих параметрів. Негативні тенденції в одній з найприбутковіших галузей економіки сформувалися через такі причини: розвиток суперечливих процесів реорганізації та реструктуризації галузі і окремих підприємств; реалізація механізмів монополізації галузі, що суперечить декларованим державою процесам розвитку конкурентного середовища. За даними Антимонопольного комітету України, частка ринків з конкурентною структурою в Україні скоротилася з 53,9 % у 2000 р. до 49,8 % у 2011 р. [3]. Процеси, що відбуваються у спиртовій галузі, посилюють негативні тенденції в економіці, що пояснюється принциповим обмеженням можливостей ринкової активності підприємств, які в результаті «хвилі централізації» та безпосереднього їх підпорядкування Державному підприємству «Укрспирт» отримали статус «місце провадження діяльності». Така трансформація системи управління повністю позбавляє вже колишні підприємства спиртової галузі будь-якої стратегічної ініціативи, розвитку елементів ринкової гнучкості і, на наш погляд, є гальмом у формуванні конкурентних засад функціонування суб'єктів ринку. Крім того, тривале (упродовж кількох років) затягування й обмеження (а в ряді випадків – і «консервування») процедур банкрутства ряду підприємств призвело до нищення значної частки виробничого

потенціалу, втрати господарських зв'язків і ринкових можливостей, а обмежене фінансування державою процесів вертикальної інтеграції та диверсифікації, передбачених згаданою «Програмою розвитку спиртової галузі на 2007-2011 роки» [2], з одного боку, та втрата інвестиційної привабливості через перебування всіх підприємств спиртової галузі в державній власності, з іншого боку, породжує ситуацію невизначеності, що ускладнюється проявами економічної кризи. У процесі дослідження нами виявлено відсутність ефективних механізмів узгодження інтересів спиртових і горілчаних заводів (актуальною залишається традиційна вже проблема: чому виробництво горілчаних виробів не вигідне державним спиртовим заводам і чому в приватній власності воно є високоефективним?).

Узагальнення проведених нами досліджень дозволяє сформулювати такі висновки: підвищення конкурентоспроможності галузі можливе шляхом розроблення нової Програми розвитку спиртової промисловості, яка охоплюватиме стратегічні галузеві пріоритети з достатнім рівнем обґрунтованості й відповідним фінансовим забезпеченням, оскільки значне число пунктів попередньої програми (2007-2011 рр.) не було реалізовано; розвиток ринкової активності і стратегічної ініціативи в межах галузі можливе шляхом розширення дискусії щодо «запуску» механізмів приватизації та стимулювання приватної ініціативи, що створить умови для подолання монополізму в галузі та забезпечить залучення інвестицій для прискорення процесів реструктуризації неефективних підприємств.

Література

1. Нагорний Є. В. *Інноваційні напрями розвитку підприємств цукрової та спиртової галузей харчової промисловості / Є.В. Нагорний // Пролети науки. – 2009. – № 1. – С. 37-40.*
2. *Програма розвитку спиртової галузі на 2007-2011 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.*
3. *Звіт Антимонопольного комітету України за 2011 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua>.*

Вікторія ДЕРКАЧОВА, Павло ДЕРКАЧОВ
Луганський національний аграрний університет

СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ТА МОНІТОРИНГУ В АГРАРНОМУ КОМПЛЕКСІ РЕГІОНУ

Основу процесу регіонізації ринкових реформ в Україні становить визнання об'єктивної первинності регіональних умов і проблем перед галузевими, виявлення специфічних інтересів і регіонів, визначення шляхів досягнення гармонізації цих інтересів. Принципово важливим є те, що саме використання регіонального маркетингу як діючого інструмента підприємництва в регіоні дозволяє враховувати при прийнятті господарських рішень потреби, складові й динаміку попиту, кон'юнктуру ринку регіону, характер розвитку міжгалузевих зв'язків, а також створювати умови для максимального пристосування регіонального виробництва до вимог ринку, що особливо важливо для аграрного бізнесу.

Значимість регіонального маркетингу як нової складової маркетингу являє собою новий, досить складний, багатофункціональний і динамічний вид діяльності у сфері регіональної економіки. Досягнення цілей регіонального маркетингу можливо за допомогою системного підходу до розвитку аграрного сектора регіону на основі принципів регіонального маркетингу з урахуванням процесу трансформації економіки України. Регіональний маркетинг позиціє між маркетинговими програмами макрорівня та макрорівні, а також маркетингом на рівні окремих підприємств, що дозволяє забезпечити поєднання інтересів і цілей загальнонаціонального та регіонального характеру, макроекономічних інтересів з інтересами окремих підприємств [1, с. 74-76].

Разом з тим, вивчення взаємозв'язку регіонального маркетингу з маркетингом окремих підприємств, їх місця в ринковому середовищі, ролі в підвищенні конкурентоспроможності підприємств показують необхідність розгляду регіонального маркетингу у взаємозв'язку з маркетинговим моніторингом ринкового середовища.