

УДК 338.43:663.5

Демків І. О., викладач, Тернопільський національний економічний університет

МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МУЛЬТИПРОФІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПИРТОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Демків І. О. Можливості та перспективи розвитку мультипрофільності підприємств спиртової промисловості. Розглянуто проблеми функціонування підприємств спиртової промисловості. Окреслено можливості й перспективи розвитку галузі як мультипрофільної на основі розширення її можливостей у одночасному вирішенні продовольчої й енергетичної безпеки держави.

Демків І. О. Возможности и перспективы развития мультипрофильности предприятий спиртовой отрасли. Рассмотрены проблемы функционирования предприятий спиртовой промышленности. Определены возможности и перспективы развития отрасли как мультипрофильной на основе расширения ее возможностей в одновременном решении продовольственной и энергетической безопасности государства.

Demkiv I. Возможности и перспективы развития мультипрофильности предприятий спиртовой отрасли. The problems of functioning of enterprises alcohol industry. The possibilities and prospects for the industry as a multifunctional by expanding its capacity to simultaneously address food and energy security.

Постановка проблеми. 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. 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 сковують приватну ініціативу, що значною мірою демотивує потенційних інвесторів вкладати кошти у розвиток галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стан розвитку спиртової галузі та ряд економічних і організаційних проблем її функціонування розглядали у своїх працях В. Андрійчук, В. Бойко, О. В'ялець, З. Гевак, В. Домарецький, Є. Нагорний, С. Олійничук, А. Українець, Л. Хомічак, П. Шиян та інші. Проте, незважаючи на низку проведених досліджень, проблеми розвитку спиртової промисловості залишаються невирішеними. Особливої гостроти набирають питання задоволення нових потреб ринку, розширення асортименту продукції, використання незадіяних потужностей, реструктуризації неефективних підприємств.

Мета статті – формування стратегічного бачення спиртової галузі як мультипрофільної і обґрунтування на цій основі можливостей створення нових сегментів ринку і, відповідно додаткових джерел отримання прибутку.

Викладення основного матеріалу. Важливим завданням України при входженні на європейські ринки є забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів господарювання, у тому числі й підприємств спиртової промисловості. Традиційно ця галузь розглядається як монопродуктова з наявністю кількох непринципових супутніх виробництв, які не стали нині вагомим джерелом надходжень до державного бюджету. В сьогоденних умовах господарювання, які характеризуються урізноманітненням потреб споживачів, розширенням можливостей використання продукції спиртової промисловості у багатьох нетрадиційних сферах діяльності, а також наростанням інтенсивності конкуренції в галузі постає нагальна проблема концептуального характеру – зміна поглядів на галузь: відмова від її сприйняття як монопродуктової і формування стратегічного бачення спиртової промисловості як мультифункціональної. Така переорієнтація пов'язується нами з суттєвим розширенням можливостей спиртової промисловості у одночасному вирішенні продовольчої й енергетичної безпеки держави, що узгоджується із збільшенням ємкості ринку для продукції спиртових заводів та споріднених видів діяльності.

Спиртова галузь є однією з найприбутковіших галузей української економіки, вона відіграє важливу роль у ефективному функціонуванні інших галузей: фармацевтичної, харчової, агропромислового та паливно-енергетичного комплексів. Підприємства спиртової промисловості, окрім основного продукту – спирту виробляють ще близько 30 видів продукції, а саме: плодоовочевих консервів, солоду житнього, солоду пивоварного, концентрату квасного суслу, мінеральної води, слабоалкогольних напоїв, кондитерських виробів, оцту спиртового харчового, майонезу, екстракту хмелю, вина, парфумів, розчинників, морилки, незамерзаючих миючих рідин тощо. Спиртова промисловість України повністю задовольняє внутрішні потреби держави у спирті для виготовлення лікєро-горілчаних виробів, використовуючи лише 30-35% своїх загальних 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.

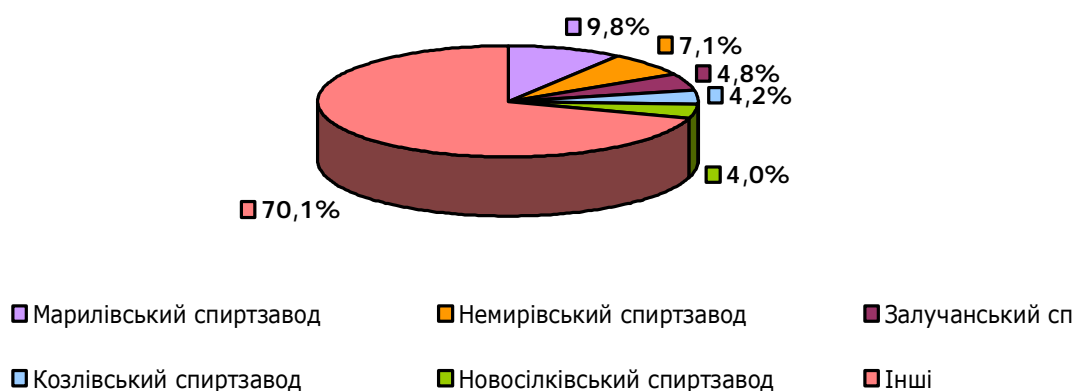


Рис. 1. - Ринкові частки вагомих за обсягами підприємств з виробництва етилового спирту в 2010 році, %

Спиртова галузь України до 28 липня 2010 року була представлена концерном «Укрспирт», створеним відповідно до постанови Кабінету міністрів України (КМУ) від 29 червня 1996 року «Про вдосконалення управління підприємствами спиртової й лікєро-горілчаної промисловості», до якого входило 76 державних спиртзаводів, що забезпечували 95 % виробництва спирту в Україні. У 2010 році, за даними концерну «Укрспирт», виробництво спирту здійснювали 62 спиртові заводи (див. рис. 1). Потужності підприємств з виробництва етилового ректифікованого спирту становили 60,5

млн. дал. на рік, у тому числі зернового –35,6 млн. дал., мелясного – 24,8 млн. дал. Спиртовмісні рідини технічного призначення в потоці виробляли 6 підприємств загальною потужністю 4,5 млн. дал. на рік.

Аналіз ринку споживачів спиртової промисловості у світовому масштабі показав, що у розвинутих країнах світу 15 % спирту використовують для приготування спиртних напоїв, ще 15 % – в хімічній і лакофарбовій промисловості, а 70 % використовують для виробництва палива. В Україні спостерігається інша тенденція: за нашими дослідженнями, в обсягах виробництва підприємств спиртової галузі 90 % складає харчовий спирт, який використовується на виготовлення горілчаних виробів, лікєро-горілчаної продукції, міцних вин, а також в окремих галузях промисловості (парфумерній, фармацевтичній тощо), і лише 10 % від загальних обсягів складають технічні спирти, які використовуються в хімічній промисловості і частково – при виробництві біопалива. У цьому контексті актуалізується проблема виробництва цього технічного продукту, вирішення якої дозволить забезпечити вагомий внесок галузі у вирішення енергетичної безпеки держави і повною мірою використати виробничий потенціал підприємств, що, у свою чергу, дозволить підвищити конкурентоспроможність суб'єктів господарювання цієї галузі. 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].

Важливим чинником ефективної діяльності підприємств спиртової галузі та управління їхньою конкурентоспроможністю є цінова політика. Як показують проведені нами дослідження, зростання цін на етиловий спирт відбувається переважно в результаті подорожчання сировини (табл. 1).

Таблиця 1

Середні оптово-відпускні ціни на етиловий спирт в Україні за кварталами у 2008-2010 рр., грн./дал [3]

Період	Спирт етиловий вищої очистки мелясний	Спирт етиловий вищої очистки зерновий	Спирт етиловий «Екстра»	Спирт етиловий «Люкс»
2008 рік				
I квартал	38,3	45,5	45,9	47,5
II квартал	40,0	48,9	49,6	50,4
III квартал	41,5	51,4	52,0	52,4
IV квартал	42,5	55,85	61,5	63,0
2009 рік				
I квартал	47,0	61,1	61,6	63,5
II квартал	51,3	70,0	70,4	71,8
III-IV квартал	56,2	70,0	70,4	71,8
2010 рік				
I квартал	61,5	67,6	70,1	72,1
II квартал	62,0	68,0	70,0	71,3
III квартал	61,2	67,8	70,3	71,9
IV квартал	60,9	66,8	70,3	73,0

З 1 вересня 2010 року «Укрспирт» підвищив відпускні ціни на спирт для виробників алкоголю на 25-35 %, залежно від виду спирту. Ціна для спирту «Люкс» з вересня становила від 112 до 117 грн./дал., для спирту вищої очистки – від 105 до 110 грн./дал. Підвищення відпускної ціни «Укрспирт» пояснюється істотним зростанням цін на фуражну пшеницю, з якої виробляється харчовий спирт, та енергоносії. Частка

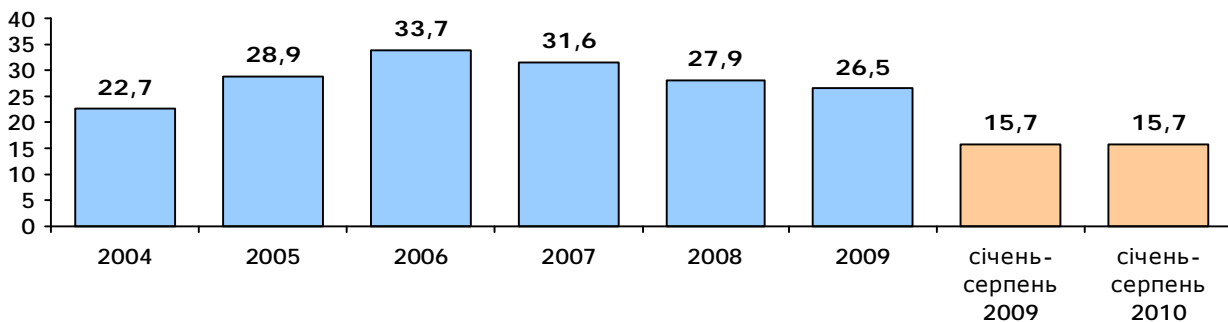
сировини (зернових) в структурі собівартості харчового спирту становить близько 50-60 %, а енергоносіїв – 18-25 %. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, середньозважена закупівельна ціна фуражної пшениці у другій половині 2010 року становила 1318 грн./т, що на 63 % вище за ціну попереднього 2009 року. Ціна на ячмінь також істотно підвищилась – 1362 грн./т, що на 62 % вище порівняно з 2009 роком. Разом з тим, з 1 серпня 2010 року граничний рівень ціни на природний газ для промислових і бюджетних організацій був підвищений на 9,8 % (було 1,992 тис. грн. за тис. куб. м).

Логічним наслідком формування бачення спиртової галузі як мультифункціональної є окреслення проблеми забезпечення гнучкості підприємств з метою розширення їх ринкових можливостей і відповідного зростання конкурентоспроможності найбільш гнучких учасників ринку. Мультифункціональність галузі в умовах зростання динамічності ринкового середовища є вагомою передумовою зростання бюджетних надходжень, що повинно мотивувати державні органи управління створювати середовище для розширення господарської ініціативи підприємств та маневрування ресурсами, адаптації до запитів ринку та управління власною гнучкістю. У цьому контексті дієвими засобами управлінського впливу на гнучкість і конкурентоспроможність спиртових заводів могли б стати варіанти стратегій диференціації, спорідненої диверсифікації, забезпечення ринкової гнучкості на основі перегляду асортиментної політики (управління асортиментною гнучкістю), оцінювання фінансових можливостей адаптації до ринку (управління фінансовою гнучкістю), перебудови виробничої бази (управління виробничою гнучкістю).

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. Проведені нами дослідження дозволяють констатувати, що 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 скоротилася з 53,9 % у 2000 р. до 48,3 % у 2010 р. [4], і процеси, що відбуваються у спиртовій галузі, посилюють негативні тенденції в економіці; принципове обмеження можливостей ринкової активності підприємств, які в результаті «хвилі централізації» та безпосереднього їх підпорядкування Державному підприємству «Укрспирт» отримали статус «місць 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; тривале (упродовж кількох років) затягування й обмеження, а в ряді випадків – і «консервування» процедур банкрутства ряду підприємств, що призвело до нищення значної частки виробничого потенціалу, втрати господарських зв'язків і ринкових можливостей; обмежене фінансування державою процесів вертикальної інтеграції та диверсифікації, 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?); втрата потенціалу інвестиційної привабливості через перебування всіх підприємств спиртової галузі в державній власності. На думку міністра аграрної політики та продовольства України, спиртову галузь врятує лише приватизація [5].

Наслідком таких необґрунтованих управлінських впливів, які ускладнилися економічною кризою, стало, починаючи з 2006 року, формування тенденції скорочення виробництва харчового спирту. Так, у 2008 році було вироблено 27,9 млн. дал. етилового

спирту, що на 12,1 % менше порівняно з 2007 роком (переважно через скорочення його експортних поставок, зменшення попиту на спирт на внутрішньому ринку для виробництва лікерів, солодких наливок та інших спиртних напоїв). У 2009 році ця тенденція продовжувала зберігатись: у цьому році було вироблено 26,5 млн. дал. спирту етилового, в тому числі 25,6 млн. дал. спирту етилового ректифікованого (рис. 2), тобто падіння обсягів виробництва порівняно з 2008 роком склало 5 %. У січні-серпні 2010 року всього в Україні було вироблено 15,7 млн. дал. спирту етилового [6]. Як показують результати проведеного нами аналізу, стабілізація цієї негативної тенденції призвела до втрати значних часток ринку з відповідними фінансовими наслідками.



Джерело: складено автором за інформацією Державної служби статистики України
Рис. 2. Динаміка виробництва етилового спирту в Україні за 2004-2010 рр., млн. дал.

Узагальнення проведених нами досліджень дозволяє сформулювати такі **висновки:** в теорії конкурентних переваг і господарській практиці постала проблема концептуального характеру – відмова від її сприйняття спиртової галузі як монопродуктової і формування її стратегічного курсу як мультифункціональної. Така переорієнтація пов'язується з суттєвим розширенням можливостей спиртової промисловості в одночасному вирішенні продовольчої й енергетичної безпеки держави у поєднанні із забезпеченням безвідходності виробництва. Такий підхід потребує перегляду стратегії розвитку галузі та імплементації до неї механізмів енергозабезпечення; 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.

Список використаних джерел:

1. Нагорний Є. В. Інноваційні напрями розвитку підприємств цукрової та спиртової галузей харчової промисловості / Є.В. Нагорний // Проблеми науки. – 2009. – № 1. – С. 37-40.
2. Програма розвитку спиртової галузі на 2007-2011 роки. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.
3. Маркетингова компанія «Сінергія» // Обзор рынка спирта Украины 2010. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.infokluch.com.ua>.

4. Звіт Антимонопольного комітету України за 2010 рік. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua>.
5. Микола Присяжнюк Спиртову галузь врятує тільки приватизація / Микола Присяжнюк // Дзеркало тижня. – 2010, 06 листопада [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.dt.ua>.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Ключові слова: спирт, спиртова промисловість, галузь, гнучкість, конкурентоспроможність, мультифункціональність, приватизація.

Ключевые слова: спирт, спиртовая промышленность, отрасль, гибкость, конкурентоспособность, мультифункциональность, приватизация.

Keywords: alcohol, alcohol industry, industries, flexibility, competitiveness, multifunctionality, privatization.

УДК 659.126-053.6

Кривоніс А.О., асистент
Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені Михайла
Туган-Барановського

УПРАВЛІННЯ ДИТЯЧИМИ БРЕНДАМИ

Кривоніс А. О. Управление дитячими брендами. У статті приведені особливості створення брендів для дитячої аудиторії. Надано рекомендації щодо управління дитячим брендом, розглянуто вплив дітей на покупку та забезпечення потенційної прихильності дитини до торгової марки.

Кривоніс А. А. Управление детскими брендами. В статье приведены особенности создания брендов для детской аудитории. Даны рекомендации по управлению детским брендом, рассмотрено влияние детей на покупку и обеспечения потенциальной привязанности ребенка к торговой марке.

Kryvonis A. Managing of children's brands. This article is devoted to studying the features of a brand for children's audience. Recommendations for the management of children's brand, the influence of children on the purchase and provision of potential commitment to the child's trademark.

Постановка проблеми. Сьогодні помилкове позиціонування бренду може обійтися дуже дорого. Тому експерти в області маркетингу рекомендують переходити від інтуїтивного підходу до наукового і розробляти бренди з урахуванням статистичного аналізу і моделювання. Основою наукової побудови брендів є поєднання таких компонентів, як далекоглядна ринкова сегментація, краще розуміння потреб та індивідуальність бренду. Вважається, що науковий підхід дає надійні інструменти для більш точного прогнозування та обліку інформації про споживачів, їх перевагах і поведінці, допомагає будувати ефективнішу систему брендингу, виводячи комплекс маркетингу на абсолютно новий рівень. До того ж це дозволяє уникнути серйозних витрат, до яких призводить застосування методу проб і помилок, традиційне для багатьох компаній при управлінні брендами.

Формуванню бренду як і раніше приділяється недостатньо уваги. Як наслідок,