

## МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Актуальність проблеми експорту вітчизняної молочної продукції пов'язана із відсутністю державної підтримки, яка б сприяла виходу молокопереробних підприємств на світові ринки. Експорт молокопродукції має велике значення для молокопереробних підприємств України та економіки держави, так як внаслідок зниження купівельної спроможності українців місткість вітчизняного ринку є обмеженою. З кожним роком частка імпорту молочної продукції в Україні збільшується, а експортний потенціал країни зменшується. Це негативно впливає на розвиток національної економіки.

Для вирішення проблеми експорту вітчизняної молокопереробної продукції рекомендуємо удосконалити маркетинговий менеджмент методом створення Управління маркетингу зовнішньо-економічних зв'язків молокопереробних підприємств України, основним завданням якого є проведення маркетингових досліджень на міжнародних ринках та сприяння виходу вітчизняних молокопереробних підприємств на зовнішні ринки.

Спеціалісти Управління маркетингу зовнішньо-економічних зв'язків молокопереробних підприємств України на підставі попередньо проведених досліджень надають рекомендації відносно того:

- які країни відображають прибутково-перспективні показники у збуті кисломолочних продуктів,
- який товарний асортимент фірми буде конкурентоспроможним серед уже представлених товарів на тому чи іншому сегменті іноземного ринку,
- який вид діяльності буде мати вищу рентабельність,
- яку цінову політику застосувати при реалізації певної товарної одиниці тощо.

Користуватись послугами Управління маркетингу зовнішньо-економічних зв'язків молокопереробних підприємств України зможуть великі молокопереробні підприємства, які планують здійснити вихід на зовнішні ринки. Такі молокопереробні колективи повинні бути членами Спілки молочних підприємств України, сплачувати кошти у фонд організації у сумі 2000 грн. за один квартал.

Дані кошти потрібні для того, щоб:

- сформувати фонд заробітної плати працівників організації,
- проводити маркетингові дослідження на іноземних ринках,
- утримувати офісне приміщення тощо.

Розроблена нами структура Управління маркетингу зовнішньо-економічних зв'язків молокопереробних підприємств України має наступний вигляд (рис. 1).



Рис. 1 - Запропонована структура Управління маркетингу зовнішньо-економічних зв'язків молокопереробних підприємств України

Функції працівників організації полягають у наступному, а саме:

- Маркетолог-спеціаліст міжнародних ринків повинен здійснювати крос-культурний аналіз, проводити дослідження зовнішніх ринків відносно їх наповнення товаровиробниками молочних продуктів, відносно наявності торговельних мереж, тощо.

- Функції товарознавця молочних продуктів – дослідження міжнародних сегментів ринку відносно наповненості товаром. Вивчення товарного асортименту фірм-конкурентів. Надання рекомендацій членам організації щодо процесу виходу на зовнішні ринки.

• Економіст повинен проаналізувати доцільність і ефективність виходу на міжнародні ринки підприємств-замовників. Також завданням економіста є ведення бухгалтерської звітності, фінансових документів тощо.

• В обов'язки офіс-менеджера входить приймання замовлень членів організації щодо здійснення досліджень на певних зовнішніх ринках. Також опрацювання і формування у певний звіт результатів аналізу товарознавця, маркетолога-спеціаліста міжнародних ринків та економіста. Донесення інформації звіту до членів-замовників. А також лобіювання законопроектів.

Створення Управління маркетингу зовнішньо-економічних зв'язків молокопереробних підприємств України рекомендуємо у місті Києві. Доцільність розташування пояснюється тим, що Київ – центр України і саме в Києві знаходиться Спілка молочних підприємств України.

Отже, для вирішення проблеми виходу національних підприємств-виробників на міжнародні ринки наші рекомендації полягають у наступному, а саме: в удосконаленні маркетингового менеджменту, створенні Управління маркетингу зовнішньо-економічних зв'язків молокопереробних підприємств України, основним завданням якого є проведення маркетингових досліджень на міжнародних ринках, здійснення аналізу на основі проведених досліджень, сприяння виходу на перспективні зовнішні ринки молокопереробних підприємств України та закріплення на них.

Діяльність запропонованого Управління дозволить молокопереробним підприємствам обрати перспективні ринки для збуту своєї продукції та закріпитися на них. А також вибрати конкурентоспроможний товар для експорту.

1. Бельтюков Е.А., Некрасова Л.А. Выбор стратегии развития предприятия: Уч. пособие. Одесса: ОНПУ, 2002. – 250 с.

2. Раделіус В., Азарян О. М., Бабенко Н. О. та ін. // Маркетинг: Підручник — 3—те вид., К: «Консорціум», 2008. — 648 с.

3. Савицька В. Актуальні проблеми розвитку ринку молока і молочних продуктів // Економіка АПК. – 2002. - № 11. – с. 102-