

УДК 339.564:338.242

DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/21.7>**Дунська А.Р.**

доктор економічних наук, доцент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8623-4507>

Грушка А.О.

здобувач освітнього ступеня «магістр»
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7243-5308>

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

За останні роки підприємства різних спеціалізацій зазнали значних змін через вплив зовнішніх факторів: нестабільність ринку, зміна попиту, політичні протиріччя та загострення взаємовідносин між колишніми контрагентами, пандемія COVID-19 тощо. Молочні компанії не стали виключенням. Розвиток даної галузі є малопомітним, а значення економічних показників з кожним роком йде на спад, що відображається на загальному рівні доходу країни. Одним із основних напрямків для відновлення лідерських позицій України на світовому молочному ринку є нарощування підприємствами експортного потенціалу, розширення кола партнерів та взаємодія з представниками нових ринків збуту. Перспектива повернутись до переліку головних міжнародних експортерів молока та молочної продукції існує та доволі висока, адже всі необхідні умови для цього кроку давно сформовані на вітчизняному ринку і потребують лише правильного використання.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експортний потенціал, підприємства молочної промисловості, фактори впливу, пандемія, глобальна невизначеність.

Постановка проблеми. Зростання рівня невизначеності середовища та факторів, які впливають на функціонування підприємств, ускладнюють формування і реалізацію планів їх перспективного розвитку. Через непрості умови на ринку, які визначаються багатьма чинниками, значна кількість компаній зазнала збитків чи навіть зупинила своє існування. Рівень невизначеності для підприємства збільшується, коли воно починає активно розвивати міжнародну діяльність, виходить на зовнішній ринок, намагається інтегруватися в світовий економічний простір, який визначається з одного боку високими вимогами до продукції, а з іншого – високим рівнем конкуренції. Недооцінка факторів невизначеності на зовнішніх ринках призводить до негативних наслідків експортної діяльності. Одним із яскравих прикладів негативних результатів інтегрування у світовий ринок є молочні підприємства, що обмежили свою експортну діяльність з іноземними партнерами. Під впливом коронавірусної кризи, а також багатьох інших параметрів, дохідність галузі поступово падає, що позначається на економічному становищі України. Орієнтир, який має бути поставлений перед молочними компаніями – нарощування експортного потенціалу та підвищення позицій країни у рейтингу головних експортерів світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку експортного потенціалу підіймалося авторами доволі часто та висвітлено в роботах вітчизняних і зарубіжних вчених, які досліджували експортні можливості підприємств молочної галузі протягом останніх років. До найбільш вагомих, на нашу думку, робіт варто віднести праці Бабан Т.О., Дадалко С.А.,

Піддубної Л.І., Токарева Ю.В. Систематизація напрацювань дослідників надає нам можливість зробити висновок, що у визначенні експортного потенціалу та підходах до його оцінювання спостерігається єдиний вектор, однак часто при формуванні оціночних показників для визначення та прогнозування експортного потенціалу підприємств не враховується фактор невизначеності та втрачається зв'язок із результатами оцінювання та формуванням векторів розвитку експортної та міжнародної діяльності підприємства.

Мета статті полягає у конкретизації поняття експортного потенціалу та визначенні на основі його оцінювання векторів розвитку вітчизняних підприємств молочної галузі в умовах глобальної невизначеності.

Виклад основного матеріалу. В умовах масштабної інтеграції та розширення зовнішньоторговельних зв'язків значну роль задля забезпечення стабільного розвитку національної економіки відіграє експортний потенціал, первиною ланкою формування якого є підприємства.

На думку С. Дадалко, експортний потенціал можна визначити як «сукупну здатність підприємства створювати та виробляти конкурентоспроможну продукцію на експорт, просувати її на зовнішні ринки, вигідно реалізовувати товари та забезпечувати необхідний рівень обслуговування» [2, с. 31]. На основі наведеного визначення можна зробити висновок, що конкурентоспроможність вважається ключовим елементом експортного потенціалу, тому авторка пропонує вести розрахунок останнього базуючись на аналізі конкурентоспроможності продукції та компанії-виробника.

У сучасній економічній літературі є декілька основних підходів до визначення експортного потенціалу: оцінюється або безпосередньо експортний потенціал, або він розраховується при знаходженні сукупного потенціалу зовнішньоторговельної діяльності підприємства. З огляду на окреслені підходи та проведені науковцями дослідження, можна дати більш розширене тлумачення поняття: експортний потенціал – здатність підприємства, що визначається сукупністю його виробничого, фінансового, ринкового та кадрового потенціалів здійснювати під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів торговельну діяльність на зовнішньому ринку [2, с. 32]. Із цього визначення можна виокремити головні напрями формування експортного потенціалу:

– виробничий потенціал – засоби підприємства, їх розмір, склад, структура;

– фінансовий потенціал – основні фінансові показники діяльності підприємства: загальний обсяг реалізації продукції, прибуток від основної діяльності, рентабельність виробництва, активи підприємства;

– ринковий потенціал – сукупна здатність підприємства відповідати тим потребам, які висуває ринкова економіка: світовим системам управління якістю, національним та міжнародним стандартам, рівню інноваційності підприємства тощо;

– кадровий потенціал – кількісний та якісний склад кадрових ресурсів та продуктивність праці.

Існують різні класифікації факторів, що мають вагомий вплив на експортний потенціал підприємства. На рис. 1 розглянемо один із найбільш поширених розподілів критеріїв.

Одним із ключових факторів, що, на нашу думку, найсильніше вплинув на розвиток експортного потенці-

алу підприємств за останній період часу стала пандемія коронавірусу, яка внаслідок раптової появи, швидкого поширення та згубних наслідків внесла кардинальні зміни у розроблені стратегії та плани компаній.

Якщо називати конкретні галузі економіки, що найбільш гостро відчули наслідки COVID-19, то за дослідженнями, проведеними багатьма міжнародними організаціями було обрано декілька пріоритетних напрямків діяльності, які зазнали найбільших втрат (див. рис. 2).

Згідно з даними рис. 2, найбільші зміни відбулися у секторі надання туристичних послуг. За очікуваннями Міжнародної організації туризму на 2021 рік через несприятливі ринкові умови та обмеження у подорожах до інших країн розвиток галузі може впасти на 60–80%. Однак, неможливо не згадати про спад у світовій торгівлі, на який також вплинуло зменшення здійснення експортних операцій у молочній галузі. На сьогодні, ситуація на ринку молока та молочної продукції доволі несприятлива.

У табл. 1 відображено порівняння обсягів ринків країн протягом двох обраних періодів – 1991–1995 роки та 2012–2020 роки – і визначено місце України при порівнянні з основними конкурентами.

За даними таблиці можна із впевненістю сказати, що вітчизняний ринок молочної продукції поступово втрачає позиції у рейтингу.

Несприятливе становище молочної галузі України також підтверджує аналіз балансу виробництва та споживання молока та молочних продуктів за період 2012–2020 років (див. рис. 3).

Рівень забезпеченості українських підприємств молоком демонструє негативну тенденцію протягом останніх років. Підсобним господарствам невідгдно



Рисунок 1 – Фактори впливу на експортний потенціал підприємства

Джерело: складено на основі [2]

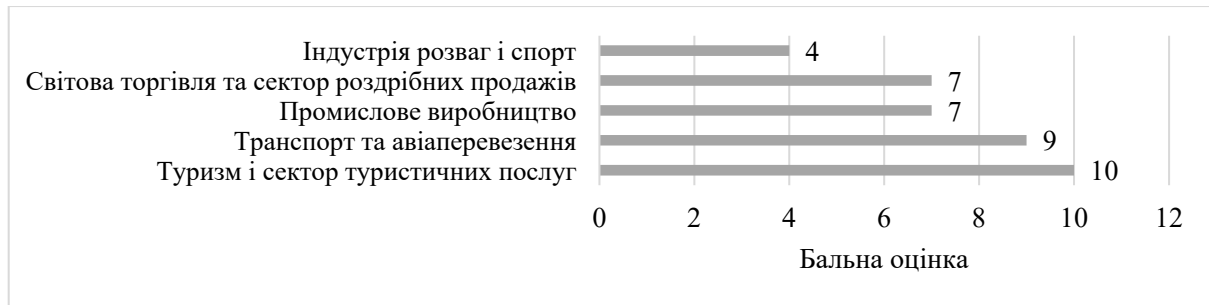


Рисунок 2 – Галузі, що постраждали найбільше у період пандемії

Джерело: складено автором

Таблиця 1 – Місце України на світовому ринку молока та молочної продукції

1991–1995 рр.			2012–2020 рр.		
Місце	Країна	млн.т.	Місце	Країна	млн.т.
1	США	68,8	1	США	94,7
2	Росія	43,6	2	Індія	72,8
3	Німеччина	28,3	3	Бразилія	34,2
4	Індія	25,1	4	Китай	33,1
5	Франція	23,4	5	Німеччина	32,3
6	Україна	18	6	Росія	30,5
7	Бразилія	16,2	7	Нова Зеландія	21,2
8	Великобританія	14,8	22	Україна	9,5

Джерело: [5]

утримувати поголів'я корів, адже ціни на сировину стрімко падають. Таким чином, спостерігаємо зменшення об'ємів виробництва молочних продуктів та зростання незадоволеного попиту споживачів.

Підприємства молочної галузі грають суттєву роль у поповненні грошової скарбниці держави при здійсненні експортної діяльності. Поруч з цим, Україна все частіше здійснює імпортні операції для ввезення сировини та необхідних молочних продуктів.

На рис. 4 відображено експорт та імпорт молочної продукції за період 2016–2020 років.

Із вище наведеного рисунку бачимо, що експортний потенціал підприємств молочної галузі протягом досліджуваного періоду знижується.

За розрахунками науковців Інституту аграрної економіки, обсяги експорту (у натуральному вираженні) окремих груп молокопродуктів знизились у 2021 році проти показників 2018 року [3]:

- масла – на 68%;
- молока та вершків згущених – на 33%;
- молока та вершків незгущених – на 31%;
- молочної сироватки – на 25%;
- сирів – на 21%.

Загалом, на скрутне становище, у якому наразі опинилися підприємства молочної галузі, окрім пандемії, вплинули й наступні фактори:

- нестійка та нестабільна економічна ситуація;
- висококонкурентне бізнес-середовище;
- падіння попиту на молочну продукцію на світовому ринку;
- використання застарілих технологій у процесі виробництва;
- сезонність.

Вище наведені фактори не є новими та не виникли раптово – з року в рік вони лише накопичують та посилюють вплив на молочні компанії.

Однією з головних причин занепаду молочної галузі протягом останніх років науковці одностайно називають відсутність державної підтримки та фінансової допомоги. Українським підприємствам важко конкурувати з виробниками молока у ЄС, оскільки останні отримують у рази більше уваги з боку уряду. Зокрема, загальний бюджет Євросоюзу становить 160 млрд. євро, з яких 58 млрд. євро надано на підтримку агропромислового комплексу. Якщо говорити про Україну, то для розвитку молочної сектору за всі роки незалежності з боку держави було розроблено та прийнято 5 ключових нормативно-правових актів, декілька з яких на сьогодні втратили чинність, решта – не забезпечують ефективних результатів.

Крім того, в Україні відсутній будь-який законодавчо закріплений документ, що спрощує процедуру чи, навіть просто мотивує підприємства молочної галузі займатися експортною діяльністю.

Однак, незважаючи на фактори, що протидіють сьогодні зростанню економічних показників, молочна галузь залишається перспективним джерелом прибутку, адже продукти харчування завжди є затребуваними серед споживачів.

Серед головних переваг України, як впевненого молочною конкурента на світовому ринку, можна виокремити:

- сприятливий клімат та територія для розведення тварин молочних порід;
- наявність трудових ресурсів для залучення у роботу;

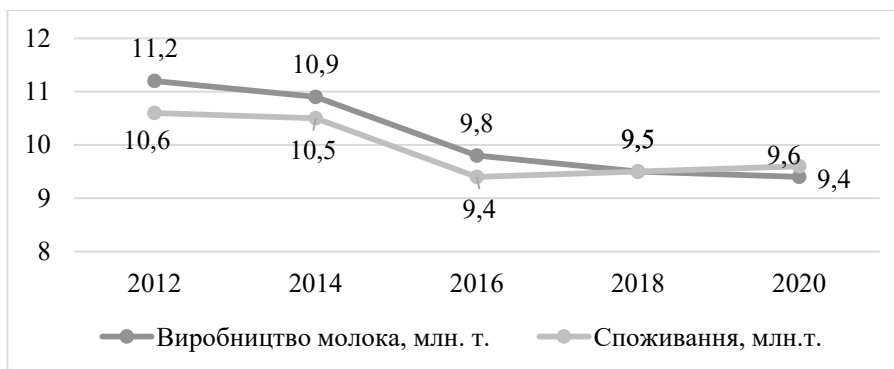


Рисунок 3 – Попит та пропозиція на молочну продукцію

Джерело: складено на основі [1]

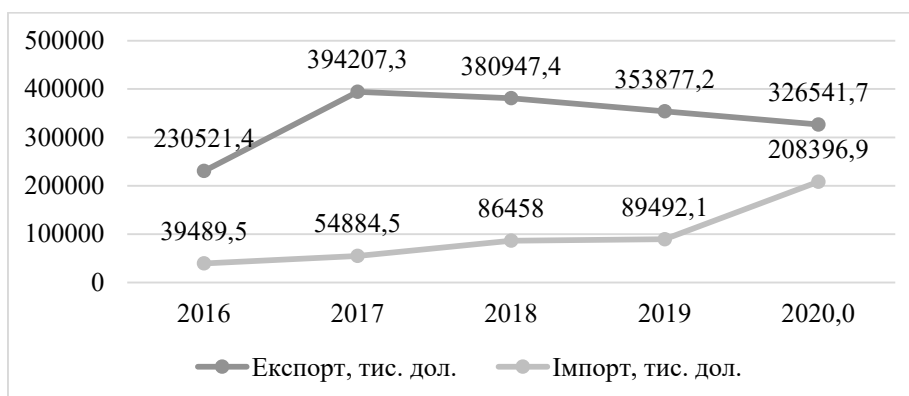


Рисунок 4 – Експорт та імпорт молока та молочних продуктів

Джерело: складено на основі [1]

– значна кількість виробничих потужностей, що здатні щоденно виробляти тисячі тон молочної продукції;

– розвинений бренд як частково аграрної країни.

Підприємства молочної галузі мають значні можливості для стабілізації власних позицій на ринку та сприяння зростанню економіки країни. Покращення поточного стану зможе відбутися за рахунок врахування та впровадження наступних факторів:

– раціональне використання ресурсів (природних, трудових, фінансових, інформаційних тощо);

– удосконалення заводів, оновлення технологій, що застосовуються, перегляд та покращення бізнес-процесів;

– підтримка з боку держави, заохочення до розвитку ферм та забезпечення процвітання підсобних господарств.

Пріоритетним вектором для компаній має стати акумуляція експортного потенціалу, збільшення обсягів виробництва продукції та розширення переліку країн-партнерів в укладенні зовнішньоторговельних угод щодо реалізації молока та молочної продукції.

Загалом, за прогнозами економістів, світовий ринок молочних продуктів зросте з 675,78 мільярдів доларів у 2020 році до 722,14 мільярда доларів у 2021 році при сукупному річному темпі зростання 6,9%. Очікується, що ринок досягне 956,26 мільярдів доларів у 2025 році при темпах у 7%. Зазначені прогнозовані результати

додатково підтверджують доцільність розвитку експортного потенціалу.

Основними вигодами для підприємств молочної галузі від успішної реалізації проекту розширення експортної діяльності є:

– освоєння нового ринку та отримання додаткового досвіду;

– зростання обсягів реалізованої продукції та просування власних торгових марок за кордоном;

– можливість використовувати споживацький потенціал іншої країни;

– можливість заявити про себе та конкурувати з кращими імпортними виробниками;

– зростання прибутковості компаній.

При дослідженні потенційних ринків збуту використано карту експортного потенціалу, що надає своєчасну та практичну інформацію про продукти, країни та постачальників з невикористаним потенціалом, а також ранжує нові сектори з сприятливими шансами на успіх експортної діяльності.

На рис. 5 відображено ринки з високим потенціалом для українського експорту молока та молочної продукції.

З наведеного рис. 5 можна переконатись, що ринками із найбільшим потенціалом є США, Польща та Єгипет, де попит на молоко та молочну продукцію залишається не повністю задоволеним, а отже, вітчизняним виробникам доцільно здійснювати експортну

діяльність в ці країни та виборювати увагу місцевих покупців.

Більше уваги звернемо на п'ять найбільш перспективних ринків серед наведеного вище переліку (за винятком Росії, з якою торгові відносини призупинені) та проведемо їх аналіз за найвагомішими параметрами. Результати дослідження відображено в табл. 2.

Вважаємо, що 1 – мінімальна оцінка, що демонструє наявність негативних сторін, 10 – максимальний бал, який свідчить про переваги ринку.

Із отриманих даних можна зробити висновок, що пріоритетним напрямком для здійснення експортної діяльності є Польща – країна, що за обраними параметрами могла б найкраще взаємодіяти з українськими

підприємствами молочної галузі щодо імпортування на свій ринок молока та молочної продукції.

Для успішного укладення довготривалих партнерських відносин та отримання очікуваного економічного ефекту від експортних операцій, підприємствам вкрай важливо досліджувати позиціонування найбільших світових конкурентів та запозичувати досвід закордонних виробників молочної продукції.

За оцінками науковців Інституту аграрної економіки, при створенні сприятливих умов всередині країни та подальшому розвитку експортного потенціалу підприємствами, молочна галузь зможе вирватися із тенет кризового стану та підтримувати націленість на внутрішнє економічне процвітання країни.

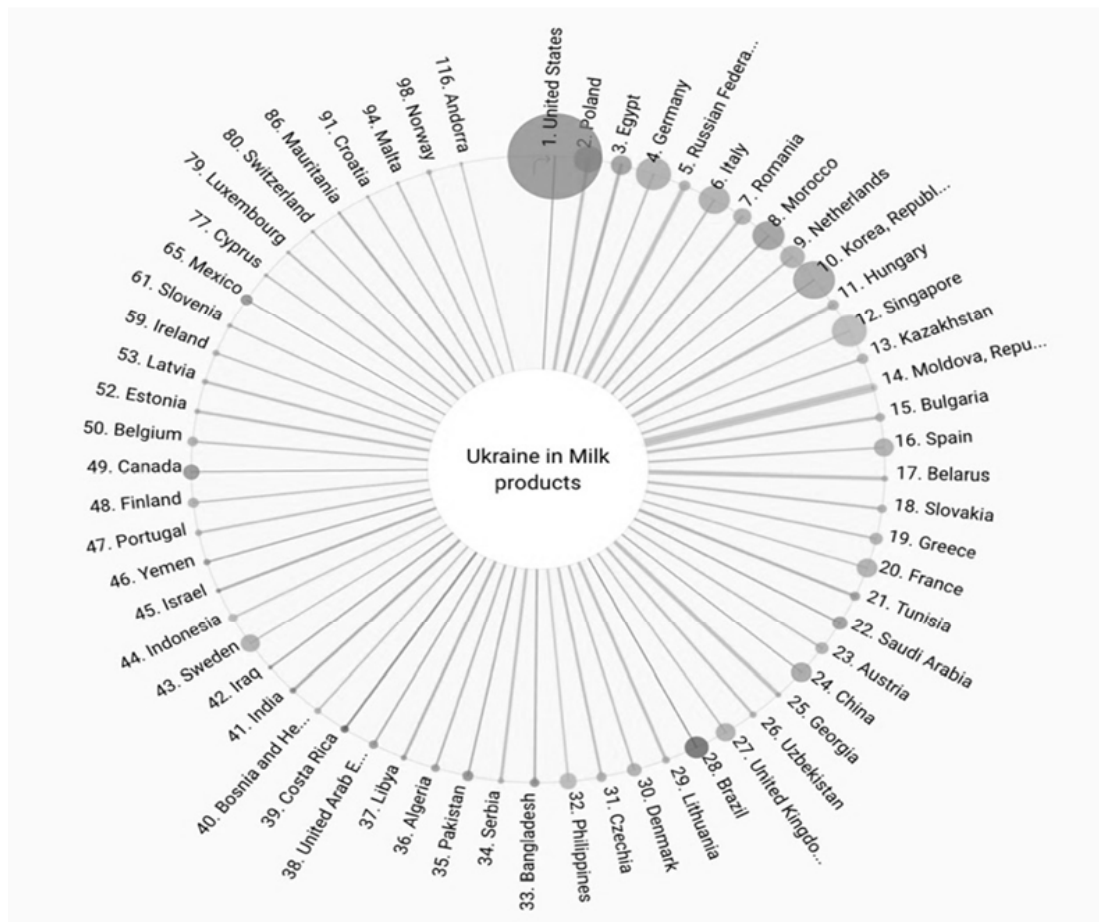


Рисунок 5 – Ринки з потенціалом для експорту з України

Джерело: [4]

Таблиця 2 – Аналіз потенційних ринків збуту

Параметри	Ринки				
	США	Польща	Єгипет	Німеччина	Італія
Зручність та швидкість доставки	4	10	6	8	7
Відсутність боротьби між конкурентами	4	6	8	6	6
Економічна та політична стабільність	8	8	7	9	8
Відсутність бар'єрів для входження на ринок	6	9	7	8	8
Адаптація до роботи в умовах пандемії	8	8	6	9	7
Схожість соціально-культурних особливостей	6	9	5	7	7
Загальна оцінка	36	50	39	47	43

Джерело: розроблено авторами на основі [4]

Висновки. Сучасна молочна галузь України – це висококонкурентне середовище, яке представлене як вітчизняними гравцями, так і світовими молочними брендами, із надзвичайно широким асортиментом продукції. Незважаючи на падіння деяких економічних показників в молочній галузі протягом останніх років, вона залишається однією з найбільш перспек-

тивних та потенційно прибуткових. Завдяки акцентуванню уваги підприємствами на своїх сильних сторонах та розвитку власного експортного потенціалу, молочні компанії зможуть подолати складнощі, що сформувались на ринку, стануть більш конкурентоспроможними та примножать свій вклад в економічне зростання України.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України: вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Дадалко С., Дубков С. Формування та оцінка експортного потенціалу виробничих підприємств. *Банківський вісник*. 2015. № 9. С. 29–35.
3. Експортний потенціал українських підприємств молочної галузі *Агроновини* : вебсайт. URL: <http://agro-business.com.ua/> (дата звернення: 09.01.2022).
4. Мапа експортного потенціалу: вебсайт. URL: <https://exportpotential.intracen.org>.
5. Міжнародна мережа перевірки фактів: дослідження стану молочного ринку: вебсайт. URL: <https://ifendairy.org>.

References:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: vebsait. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Dadalko S., Dubkov S. (2015) Formuvannia ta otsinka eksportnoho potentsialu vyrobnychykh pidpriumstv. *Bankovskiy visnyk*, no. 9, pp. 29–35.
3. Eksportnyi potentsial ukrainskykh pidpriumstv molochnoi haluzi *Ahronovyny*: vebsait. URL: <http://agro-business.com.ua>.
4. Mapa eksportnoho potentsialu: vebsait. URL: <https://exportpotential.intracen.org>.
5. Mizhnarodna merezha perevirky faktiv: doslidzhennia stanu molochnoho rynku: vebsait. URL: <https://ifendairy.org>.

Dunska Alla, Grushka Anastasia
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

DAIRY INDUSTRY IN MODERN REALITIES: DEVELOPMENT OF EXPORT POTENTIAL OF ENTERPRISES

The purpose of the article is to analyze enterprises of the dairy industry, their current state and confirm the importance of the development of export activities for the prospects of future growth of the exact direction. The question of the development of export potential has been repeatedly raised by many scientists. And in analyzing the today`s state of the dairy industry, the authors adhere to one view that the only way of the dairy industry stay out of crisis is to expand export activities. During the pandemic, this issue has become even more relevant and needs to be reconsidered in more details. In the analysis of economic activity, including foreign affairs, statistical methods of research of numerical data, and also a method of comparison are applied. The authors proved that the development of export potential is a strategically important task facing domestic enterprises, as export activity currently occupies a leading position in the list of tools that are actively used in the process of demonstrating the strengths of economic entities. The article demonstrates a Ukraine's place in the world milk market today, and determines that the demand for dairy products in the domestic market began to exceed supply. In addition, the authors identify key factors that demotivate the development of the dairy industry, as well as list the advantages of Ukraine as a promising market for the development of the dairy facilities. According to the results of the study, the urgent need for dairy enterprises to develop export potential was proved, and a list of countries with incompletely satisfied consumer demand was formed. These markets need new producers with an expanded range of milk and dairy products to cover different segments of buyers. The results of the study can be used by dairy companies that are on the verge of unprofitable results, but continue to fight for their own existence and consumers attention. With the right plan and organization of export activities to markets where the niche of dairy products is still free, dairy companies will be able to succeed, regain their competitive advantages and contribute to the overall development of the country's economy.

Key words: foreign economic activity, export potential, dairy enterprises, factors of influence, pandemic, global uncertainty.

JEL classification: F13, F15, F63