

## **Вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю у ВАТ «Птахокомбінат «Бершадський»**

**Коваленко Л.Г., к.ек.наук, викладач  
Уманського національного університету садівництва**

*Розглядаються можливості здійснення зовнішньоекономічної діяльності та подано бачення стратегії виходу ВАТ "Птахокомбінат "Бершадський" на зовнішній ринок.*

Вступ. Нині Україна тісно взаємодіє із багатьма країнами світу: розвивається зовнішня торгівля, збільшується кількість спільних підприємств, залучаються інвестиційні ресурси. Проте становлення ринкових відносин потребує активізації зовнішньоекономічної діяльності – це покращить кількісні та якісні показники власного виробництва. В результаті створюються сприятливі умови для стабілізації економіки, збільшення валового внутрішнього продукту (ВВП) та валового національного продукту (ВНП), покращення рівня життя населення.

Аналіз останніх досліджень. В наукових працях таких вчених, як Р. Абрамов, П.Адмірал, М.Дабровський, П.Кук, Є.Лімер, П.Марер узагальнено особливості інтеграції постсоціалістичних країн у світове господарство, визначені проблеми переходу від адміністративно-командної до ринкової економічної системи і роль зовнішньоекономічних факторів у трансформації економіки країн.

Багато наукових праць українських економістів присвячено інтеграції України в сучасне світове господарство, адаптації національного виробництва до вимог сучасного рівня розвитку міжнародного поділу праці, а також проблемам розробки та впровадження зовнішньоекономічної стратегії України.

В дослідженнях Д.Богині, В.Будкіна, І.Бураковського, Г.Волинського, А.Гальчинського, О.Дерев'янка, М.Дудченка, О.Живицького, О.Кириченка, Л.Кістерського, Г.Климка, В.Клочка, А.Кредісова, І.Лукінова, Ю.Макогона, С.Мочерного, В.Новицького, В.Онищенко, А.Поручника, К.Радченка, О.Рогача, А.Рум'янцева, Г.Сащенко, Ю.Сафіуліна, В.Сіденка, В.Сиренка, С.Соколенка, М.Суркова, М.Тараканова, А.Філіпенка, О. Шниркова досліджуються проблеми вдосконалення зовнішньоекономічного механізму інтеграції України в сучасні світогосподарські зв'язки, аналізуються реальні та потенційні можливості торговельно-економічного співробітництва України з країнами світу, загальні проблеми вироблення і реалізації зовнішньоекономічної політики України.

Ця тема на сьогодні є досить актуальною, оскільки від зарубіжних ринків, тобто політики підприємства стосовно пошуку нових ринків та виходу на міжнародні ринки збуту залежить конкурентоспроможність підприємства. Наявність дискусійних питань щодо даного питання свідчить

про чималий інтерес до обраної проблематики та необхідність більш детального його дослідження.

Результати досліджень. Зовнішньоекономічна діяльність є одним із найважливіших напрямків розвитку підприємництва. Завдяки їй забезпечується покриття потреб країн світового співтовариства у сировині, матеріалах, паливі, енергоносіях, машинах, обладнанні та устаткуванні, товарах широкого вжитку, послугах. Разом з тим зовнішньоекономічна діяльність є суттєвим джерелом валютних надходжень до державного бюджету. В умовах ринкових відносин зовнішньоекономічна діяльність виступає невід'ємним напрямом підприємництва багатьох великих, середніх та малих фірм, які функціонують у промисловості, сільському господарстві, будівництві, зв'язку, на транспорті, у фінансовій сфері тощо.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) є одним із важливих чинників стабільного розвитку національного господарства країн світу. В сучасних умовах жодна країна не може самостійно ефективно розвивати виробничі процеси на рівні вимог науково-технічного розвитку. Тільки використовуючи переваги сукупного міжнародного науково-технічного потенціалу, переваг міжнародного поділу праці, країни світового співтовариства, в тому числі і наша держава, можуть вирішувати господарські завдання, що забезпечують економічне зростання та піднесення добробуту населення.

В Україні існують підприємства, продукція та послуги яких є конкурентоспроможною не тільки на вітчизняному ринку, а потенціал виробництва перевищує внутрішні потреби країни. Тому для збільшення обсягу продажу продукції та більш ефективного використання виробничих потужностей цим підприємствам необхідно шукати нові ринки збуту, тим паче, що із підписанням угоди про асоційоване членство України з Євросоюзом відкриваються нові можливості для ринкових відносин із Заходом, скасується ряд обмежень, що існували до цього.

ВАТ "Птахокомбінат "Бершадський" здійснює зовнішньоекономічну діяльність лише у формі імпорту, яка включає закупку необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій, обладнання.

Підприємство протягом 2010-2013 років здійснювало імпортні поставки одnodенних курчат м'ясної породи для вирощування гібриду бройлерів кросу Ross 308, кросу COBB 500 та кросу Гібро та свіжих бройлерних яєць свійської птиці у шкаралупі для інкубації з різних країн, зокрема з Польщі, Нідерландів та Угорщини.

Дані таблиці 1 вказують на те, що ВАТ "Птахокомбінат "Бершадський" з кожним роком збільшує кількість поставок курчат бройлерів. Аналіз тенденції 2010 року до 2012 року свідчить про збільшення імпорту з Угорщини майже у 5 разів (з 1858542 тис. грн. у 2010 до 8796202 тис. грн. у 2012 році), з Польщі – у 5,5 раз (з 88461,56 тис. грн. у 2010 році до 481210,4 тис. грн. у 2012 році). Також у 2011 році з Нідерландів почали імпортувати високоякісні свіжі бройлерні яйця свійської птиці у шкаралупі для інкубації кросу Гібро і за 2 роки кількість імпорту з цієї країни зросла майже у 3 рази (з 158796,35 тис. грн. у 2011 році до 453360,6 тис. грн. у 2012 році).

Таблиця 1

Динаміка імпорту односторонніх курчат та свіжих бройлерних яєць у ВАТ "Птахокомбінат "Бершадський" протягом 2006-2008 років.

Країна	2010 рік		2011 рік		2012 рік	
	штук	тис. грн.	штук	тис. грн.	штук	тис. грн.
<b>односторонні курчата м'ясної породи COBB 500</b>						
Польща	14817,7	29487,2	57682,5	114788,1	80772,3	160736,8
<b>односторонні курчата м'ясної породи ROSS 308</b>						
Польща	29635,4	58974,36	115365,0	229576,28	161544,5	321473,6
Угорщина	933940,7	1858542,0	3025967,3	6021675,0	4420202,0	8796202,0
<b>свіжі бройлерні яйця свійської птиці у шкаралупі для інкубації кросу Гібро</b>						
Нідерланди	-	-	79797,2	158796,35	227819,4	453360,6

Птахокомбінат має стабільно налагоджені зв'язки із племінними підприємствами «Pticeproduct – Babolna Kft» Угорської республіки, «Naanstra V.V.» Нідерландів та «Ruhle GmbH Lebensmitteltechnik» із поставки племінних яєць і добового молодняку птиці на контрактній основі. Збільшення імпорту сировини ВАТ "Птахокомбінатом "Бершадський" пояснюється розширенням виробництва, а оскільки підприємство не має власного батьківського поголів'я, така тенденція збережеться надалі.

Як бачимо, структура зовнішньоторговельного обороту включає лише імпорт і має переважно сировинний характер. Про те, маючи основним конкурентом на ринку птахівничої продукції, зокрема Вінницької області концерн «Миронівський ЗІКК» (птахофабрики «Дружба Народів Нова», «Перемога Нова», Ладжинська птахофабрика - торгівельна марка «Наша ряба») частка якого на ринку 50-60 %, а перевагами є: розміщення господарств в різних областях держави (Крим, Черкаська, Івано-Франківська, Вінницька області), що дозволяє максимально позиціонувати свою продукцію практично в кожному регіоні; великі об'єми виробництва якого дозволяють безперебійне забезпечення споживачів різноманітними видами птахівничої продукції та надають можливість працювати з великими оптовиками (участь у тендері на постачання для мережі ресторанів «Макдоналдс» по Україні та Росії) ВАТ "Птахокомбінату "Бершадський" необхідно розширення ринків збуту своєї продукції за національні межі з метою максималізації прибутку.

Передумовами виходу на міжнародний рівень ВАТ "Птахокомбінат "Бершадський" є:

- можливість торгувати продукцією цілий рік (безперервне вирощування і відгодівля птиці).
- використання прогресивних технологій;
- наявність сучасної техніки;
- високий рівень сервісного обслуговування;

-достатній рівень інноваційної активності, сприйнятливість до нових розробок;

- сучасний товарний асортимент;

- висока якість продукції (господарство є лауреатом всеукраїнської акції з якості продукції та нагороджене відзнакою «Вища проба» і «Золота торгова марка»);

- ефективна система контролю якості;

- хороший імідж підприємства протягом 25 років.

Висновки. Для забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємству необхідний єдиний стратегічний напрямок розвитку, згідно з яким воно зможе досягти довгострокових конкурентних переваг.

Перш ніж прийняти рішення про вихід на міжнародний рівень, ВАТ "Птахокомбінату "Бершадський" потрібно детально вивчити міжнародне маркетингове середовище. Підприємство, яке планує вийти на міжнародний ринок, має ретельно ознайомитись з міжнародною торговою системою, оскільки будь-яка компанія, що продає свій товар до іншої країни, зустрічається з різноманітними торговими обмеженнями, які можуть серйозно впливати на рівень прибутковості. Водночас наявна тенденція на глобальну стандартизацію не повинна перетворюватися на універсальну модель – вона може бути лише певним мірилом. Підприємство, звичайно ж, зацікавлене у зменшенні витрат та цін і глобалізації своєї торгової марки. Водночас отримання сьогоденної вигоди не повинно змінювати стратегічного маркетингового мислення. Стандартизація дозволяє заощаджувати кошти, але беззаперечним фактом має бути те, що споживачі кожної країни отримають бажане, оскільки від останнього залежить й тривала репутація підприємства на міжнародному ринку.

Стратегічний маркетинг із властивим йому функціональним апаратом, в змозі передбачити і зумовити майбутнє, саме він на даний час є одним з найважливіших елементів конкурентної боротьби, а саме маркетингова стратегія є основним його інструментом, розробці якій підприємство має приділяти значну увагу при виході на зовнішній ринок.

Перш за все необхідно виявити конкурентні переваги підприємства. Підприємство визначає свої сильні та слабкі сторони - це допоможе йому виділити ті напрямки, в яких воно зможе досягти успіху, оцінити можливості та загрози потенційних ринків, що допомагає визначити фактори, які є необхідними для успіху на ринку.

Отже, на наш погляд, для ефективної інтеграції у світове ринкове середовище та розширення обсягів виробництва продукції ВАТ "Птахокомбінату "Бершадський" необхідно створити службу маркетингу і делегувати їй певні функції з аналізу ринку, розробки продукту, організації реклами, забезпечення товаропросування на внутрішній та зовнішній ринки.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Дідівський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб./ М. І. Дідівський. – К.: Знання, 2006 – 462с.
2. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств/ Г.М. Дроздова// Навч. посібник – Київ. - 2004. – 247с.
3. Костюк Т.Й. Зовнішня торгівля України: стратегія в умовах глобалізації/ Т.Й. Костюк// Зовнішня торгівля: право та економіка- 2004-№5-6-с.79-84
4. Мельник Т. Проблеми питання розвитку зовнішньої торгівлі та економічного зростання в Україні/ Т. Мельник// Економіст.- 2007.-№4, ст. 28-34.
5. Циганкова Т.М. Міжнародна торгівля: навч. посіб./ Т.М. Циганкова, Л.П. Петрашко, Т.В. Кальченко. – К.: КНЕУ, 2007. – 488 с.

Рассматриваются возможности осуществления внешнеэкономической деятельности и дано видение стратегии выхода ОАО «Птицекомбината «Бершадский» на мировой рынок.

Discusses the possibility of foreign trade activities and given a vision of the exit strategy of JSC «Ptitsekombinata «Bershad on the world markets.