

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

© Юринець О.В., 2004

Розглянуто основні показники розвитку вітчизняного ринку харчових продуктів та проаналізовано їх рівень. Досліджені особливості ринку розглядаються як джерела диференційованого підходу до формування стратегії підприємств харчової промисловості.

The main parameters of development domestic market of articles food and carried out analysis of their level are reviewed. The investigated(stud features of the market are esteemed as a source of the differentiated approach to formation policy firms of a food-processing industry.

Постановка проблеми. На сучасному ринку харчових продуктів конкурують не лише товари, але й системи менеджменту, вміння виробників регулярно вивчати стан зовнішнього середовища, робити обґрунтовані висновки на основі одержаної інформації і приймати раціональні управлінські рішення.

Одним з визначальних факторів успішної діяльності підприємств харчової промисловості є формування ефективної стратегії. Стратегічне управління підприємств харчової промисловості характеризується певними особливостями, джерелом яких є специфіка ринку харчових продуктів.

Об'єктом даного дослідження є обґрунтування диференційованого підходу до формування концепції стратегічного управління підприємств харчової промисловості на основі аналізування і визначення особливостей та проблем ринку харчових продуктів України на сучасному етапі розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За умов зростаючої динаміки ринкових змін, загострення конкуренції, зростання ролі маркетингової діяльності, виникнення глобалізаційних процесів та проблеми ефективного використання ресурсів, стратегія підприємства стала особливо важливою з погляду багатьох науковців та практиків [1,2,3]. Вона розглядається ними як інструментарій та методика створення і підтримки домінуючого положення, що базується на спеціалізації і здатності створювати цінність у певній галузі на вищому рівні, ніж це роблять інші.

Важливі зрушення в економіці і відповідні зміни в сутності конкурентних переваг позначились і на концепції стратегічного мислення. Зокрема, до важливого аспекту успіху відносять володіння домінуючою технологією чи стандартом, існування як центральної ланки в процесі надання цінності для покупця [4, 5]. На задній план відійшли цінові переваги, які базуються на масштабі і частці ринку.

Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні потребує активного впровадження стратегічного управління на підприємствах.

Впровадження концептуальних підходів теорії стратегії підприємств повинно здійснюватися не лише з урахування специфіки розвитку економіки України, але й окремих її галузей.

Формування цілей статті. Визначення особливостей функціонування вітчизняного ринку харчових продуктів.

Виклад основного матеріалу. Два останні роки продемонстрували можливості і перспективи національної економіки. Так, реальний приріст ВВП у 2000 р. становив 5,9 %, у 2001 – 9,1 %, за сім місяців 2002 р. – 4,4 %, а приріст обсягів промислового виробництва – 13,2 %, 14,2 % та 6,1 % відповідно[6].

Значною мірою зростання національної економіки України зумовлено стимулюючим впливом нагромадженого потенціалу внутрішнього попиту.

Важливим чинником розширення внутрішнього ринку стало значне зростання реальних наявних грошових доходів населення, приріст яких за січень–червень 2002 р. становив 18,7 %, за 2002 р. загалом – 20 % на 1 одну особу.

У 2003 р. спостерігається аналогічна тенденція росту реальних доходів населення: за січень–серпень 2003 р. відбулось їх зростання від 27 000 млн. грн. до 135 000 млн. грн. [9].

Про збільшення ролі внутрішнього ринку в економічному зростанні свідчать стабільно високі темпи приросту у тих галузях економіки та промисловості, які спрямовують свою діяльність на забезпечення потреб внутрішнього ринку. Зокрема, питома вага експорту продукції харчової промисловості в загальній товарній структурі торгівлі у січні–вересні 2002 р. становила 1,97 %, імпорту – 2,52 %. За цей же період приріст власного виробництва підприємств харчової промисловості та перероблення сільськогосподарських продуктів становив 10,2 %, що є одним з найвищих показників по обробній промисловості.

Дані табл. 1 доводять важливість значення продукції харчової промисловості у структури загального обсягу продукції Україні та їхні високі темпи зростання у 1999–2000 рр.

Таблиця 1

Індекс обсягу продукції харчової промисловості та її частка в регіонах України

Показники	До попереднього року (відсотків)				
	1996	1997	1998	1999	2000
Індекс обсягу	92,8	89,7	98,9	107,0	123,1
Частка продукції	16,3	16,9	14,9	15,1	16,8

Результати проведеного аналізу свідчать, що харчова промисловість є важливою ланкою не лише в обробному промисловому секторі та загалом в економіці України, але і в Львівському регіоні зокрема.

Станом на 01.01.2003 р. майже 29 % обсягів промислового виробництва Львівської області забезпечують харчова промисловість та перероблення сільськогосподарських продуктів (для порівняння: частка машинобудування становить 14,4 %, виробництва та розподілу газу, води, електроенергії – 13,2 %) [7, с. 1].

Індекс обсягу продукції харчової промисловості та перероблення сільськогосподарської продукції у Львівській області в 2000 році становив 124,5 % щодо попереднього року, у 2001 р. – 116,4 % щодо 2000 р.

У структурі харчової промисловості Львівщини переважає кондитерська (21 %), спиртова та лікєро-горілчана (11,8 %), молокопереробна (8,4 %), хлібопекарська промисловість (8,4 %).

Харчову промисловість Львівського регіону станом на 01.01.2002р. представляють 1022 суб'єкти державного реєстру, що становить близько 2 % від загальної кількості зареєстрованих суб'єктів господарювання області [6]. У табл. 2 вміщено дані, що дозволяють порівняти кількість промислових підприємств та обсяги виготовленої ними продукції у 2000 р. та 2001 р.

Таблиця 2

Кількість промислових підприємств Львівщини та обсяги виробництва продукції

Вид економічної діяльності	Кількість промислових підприємств		Обсяги продукції промисловості, млн. грн. за діючими цінами	
	2000 р.	2001 р.	2000 р.	2001 р.
Обробна промисловість	2945	3186	3490,6	4180,9
Харчова промисловість та перероблення сільськогосподарських продуктів	498	515	1286,6	1514,9

Економічні реформи в Україні торкнулися в першу чергу, змін форм власності підприємств, відбувся їх перерозподіл у бік збільшення колективної форми. Так, у 2001 р., згідно з даними розподілу промислових підприємств області за формами власності, до державної форми належало 3,3 %, приватної – 18,4 %, колективної – 77,9 % щодо загальної кількості підприємств даного виду економічної діяльності. При цьому на підприємствах державної форми власності було вироблено 6,9 % загального обсягу промислової продукції, приватної – 3,8 %, колективної – 89,3 %.

Наявні потужності обробної промисловості Львівщини дозволяють переробити всю вироблену в області сільськогосподарську продукцію та подати на стіл споживача понад 1000 найменувань харчових продуктів, асортимент яких щорічно оновлюється на 20–30 %.

Харчова промисловість та перероблення сільськогосподарських продуктів розглядаються як найбільш привабливі для іноземного інвестора в Україні. Станом на 01.01.2003 р. у цей вид економічної діяльності інвестовано 17,4 % від загального обсягу іноземних інвестицій в Україні (для порівняння – частка оптової торгівлі і посередництва у ній становить 15,3 %, фінансова діяльність – 7,9 %).

Практичним підтвердженням статистичних даних є той факт, що 7.11.2003 р. „Nestle Україна” викупила 100 % акцій „Волиньхолдинг” (торговельна марка „Торчинпродукт”). Голова компанії „Nestle Україна” Лео Венсел вбачає у придбанні даного бренду головну третю опору для бізнесу в Україні [8]. Нагадаємо, що Nestle вже займає два сегменти українського ринку харчових продуктів: кави і шоколаду.

Дані табл. 3 дозволяють оцінити обсяги інвестицій в Україну за період з 1999 р. по 2000 р. за галузями харчової промисловості.

Таблиця 3

**Інвестиції в основний капітал за галузями промисловості України,
за порівнянними цінами, млн. грн.**

Галузі промисловості	1990р.	1995р.	1997р.	1998р.	1999р.	2000р.
Харчосмакова промисловість	40,8	36,9	56,6	22,3	19,6	70,6
М'ясна і молочна промисловість	8,0	4,9	3,2	3,1	1,8	2,8
Борошномельно-круп'яна і комбікормова промисловість	4,5	1,8	0,7	0,5	1,0	0,7

Результати аналізування даних табл. 3 дозволяють зробити висновок, що найбільша частка інвестицій припадає на харчосмакову промисловість України.

У 2001 році в основний капітал обробної промисловості України інвестовано 283,6 млн.грн. та введено в дію на 250,2 млн.грн. основних фондів, з них у харчову промисловість вкладено 160,8 млн.грн. та впроваджено основних фондів на 144,1 млн.грн.

Процес старіння основних виробничих фондів і низькі темпи їх оновлення є основним чинником зменшення обсягів виробництва та випуску неконкурентоспроможної вітчизняної продукції. З цього погляду результати оцінювання показників введення основних фондів в галузях харчової промисловості мають оптимістичний характер (табл. 4), що зумовлено значною мірою зацікавленістю іноземних інвесторів.

Таблиця 4

**Введення в дію основних фондів харчової промисловості України,
за фактичною вартістю, млн. грн.**

Галузі промисловості	1996р.	1997р.	1998р.	1999р.	2000р.
Харчосмакова промисловість	36,4	50,4	31,0	32,2	116,5
М'ясна і молочна промисловість	3,5	1,8	8,2	2,6	3,6
Борошномельно-круп'яна і комбікормова промисловість	1,9	0,8	0,5	2,0	1,2

У харчову промисловість та перероблення сільськогосподарських продуктів Львівщини інвестовано 46,1млн дол. США станом на 01.10.2002 р., що становить 22,7 % від загального обсягу прямих іноземних інвестицій.

Проведений аналіз статистичних даних свідчить, що харчова промисловість та її галузі є важливою складовою економіки України, що забезпечують її продовольчу безпеку.

До інших особливостей вітчизняного ринку харчових продуктів можна віднести таке:

- спрямованість діяльності підприємств харчової промисловості на внутрішній ринок;
- високу інвестиційну привабливість для іноземних партнерів;
- широкий асортимент пропонованих товарів;
- швидкі темпи розвитку ринку харчових продуктів;
- високий рівень ділової активності суб'єктів на ринку;
- взаємозалежність показників розвитку ринку харчових продуктів і агроринку.

Характеризуючи особливості сучасного вітчизняного ринку харчових продуктів, можна зауважити і таке.

У зв'язку із ростом реальних доходів населення України спостерігається тенденція до збільшення продажу харчових продуктів високого рівня оброблення (наприклад, консервовані овочі, фрукти та продукти з них, заморожені обіди, сніданки тощо). Вітчизняні споживачі вже купують товари не на базарах, а в супермаркетах. Це і стало причиною зростання обсягів роздрібної торгівлі у січні–серпні 2003 р. на 15 %. Експерти прогнозують зменшення ролі великих оптових компаній в ланцюгу „виробництво” – „роздріб”.

Слід зазначити, що і підприємства харчової промисловості все більш активно прагнуть постачати продукцію безпосередньо вроздріб, без залучення оптових посередників. Адже такий підхід дозволяє виробникові дотримуватися єдиної цінової політики і контролювати рівень якості обслуговування покупців.

Більшість конкурентоспроможних підприємств харчової промисловості діють на кількох стратегічних напрямках або видах діяльності. Наприклад, „Волиньхолдинг”, який розглядають як найбільшу фірму ринку кулінарії України, виробляє такі продукти, як майонез, кетчуп, гірчиця, частка збуту яких на вітчизняному ринку становить 40 %, 60–70 %, 40–45 % відповідно [9].

ВАТ „Агропродукт” (торговельна марка „Верес”), крім перероблення сільськогосподарської продукції, займається з 2001р. ще й її вирощуванням (в тому числі й шампінйонів). Обсяги збуту продуктів харчування компанії щорічно зростають в 1,5 раза.

Висновки. На підставі проведеного комплексного аналізу законотвірностей розвитку підприємств харчової промисловості можна зробити висновок, що саме ці суб'єкти господарювання мають найбільший потужний потенціал до відновлення процесу капіталоутворення. Дана галузь промисловості достатньо повно зберегла цілісність в умовах перехідного етапу економіки та розвитку ринкових відносин.

Виробництво харчових продуктів характеризується відносно короткою тривалістю операційного циклу і незалежністю виготовленої продукції, що сприяє високим темпам розвитку даної промисловості.

Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств харчової промисловості достатньою і необхідною умовою можна вважати оперативне впровадження стратегічного ринкового управління, яке дозволить успішно діяти в умовах збільшення кількості та різноманітності сегментів ринку харчових продуктів.

1. Мороз М.А., Пушкар А.И., Тридід А.Н., *Стратегія и тактика продвижения товаров на рынок: Монография.*– Харьков: Основа, 1998. – 176 с. 2. Наливайко А. *Еволюція теорії стратегії підприємства // Економіка України.* – К. – 2002. – №3. – С.24–30. 3.Тридід О.М. *Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства: Монографія.* – Харків.: Вид. ХДЕУ, 2002. – 364 с. 4. Аакер Д. *Стратегическое рыночное управление: Пер. с англ. / Под ред. Ю.Н.Каптуревского.* –СПб: Питер, 2003. – 544 с. 5. *Стратегія. Как создать и использовать эффективную стратегию.* 2-е изд. / Р. Кох. – Спб : Питер. 2003. – 320 с. 6. *Статистичний щорічник України за 2002 р. "Техніка", 2002.* 7. *Львівщина – регіон для Ваших інвестицій / Розроблено Центром підтримки бізнесу "Нью Бізнес".* – Львів, 2002. – 56 с. 8.Шульга В. *Nestle потянуло на острове.*// *Инвест-газета.* – К. – 2003. – №46. – С.12. 9. Кисель В., Щеглов Е., Козинец А., Охрименко Д. *Розничная торговля // Инвест-газета.* – К. – 2003. – №47. – С. 9–10.