

## ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: СТРАТЕГІЯ ЗРОСТАННЯ

*Проаналізовано експортний потенціал харчової промисловості на сучасному етапі, обґрунтовано необхідність його прискореного відновлення, визначено пріоритетні галузі та підприємства а також запропоновано першочергові заходи для нарощування експортного потенціалу харчової промисловості.*

**Ключові слова:** експортний потенціал, харчова промисловість, інноваційний шлях розвитку, підвищення якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції, експортна спеціалізація країни, зовнішньоторговельні зв'язки, удосконалення структури експорту, збільшення експортних можливостей

*The export potential of food industry at present time is analyzed, proved the necessity of its rapid recovery, defined priority sectors and enterprises and suggests immediate measures to increase the export potential of the food industry.*

*Keywords: export potential, food industry, innovative way of improving the quality and competitiveness of domestic products, the export specialization of the country, foreign relations, improve the structure of exports, increasing export opportunities.*

Впевнений рух економіки України до функціонування в ринкових умовах ставить нові цілі як перед галузями промисловості в цілому, так і перед окремими підприємствами цих галузей. Змінюються орієнтації виробництва та канали реалізації продукції в бік збільшення експорту з одночасним підвищенням конкурентоспроможності продукції.

Харчова промисловість належить до тих галузей промисловості, які активно забезпечують наповнення державного бюджету країни та надходження валютних коштів від зовнішньоекономічної діяльності. Саме продукція харчової промисловості та сільського господарства, а також чорної металургії з часу проголошення державної незалежності України визначила

експортну спеціалізацію країни на світовому ринку. Однак

---

© Л.В. Страшинська, 2005

конкурентоспроможність вітчизняної продукції має в основному цінову спрямованість, а зовнішньоторговельні зв'язки мають швидше епізодичний характер. Тому пріоритетними напрямками зовнішньоекономічної стратегії харчової промисловості України на сучасному етапі формування взаємовідносин з світовим ринком слід вважати збільшення його експортних можливостей, удосконалення структури експорту, а також вихід на світові ринки з конкурентоспроможною продукцією.

Теоретичним і практичним аспектам розвитку експортного потенціалу харчової промисловості присвячено праці багатьох вчених-економістів – П.П. Борщевського, А.Ф. Гончара, Л.В. Дейнеко, А.О. Заїнчковського, Д.Ф. Крисанова, Ю.П. Лебединського, В.Д. Слюсаря, В.Г. Трегобчука, Л.Г. Чернюк та ін. Останнім часом вагомі розробки в цьому напрямі здійснено провідними вітчизняними фахівцями галузі – О.Б. Бутнік-Сіверським, Ю.М. Кіщак, Р.В. Лиходієм та багатьма іншими. Проте негативні тенденції різкого зменшення експортного потенціалу харчової промисловості протягом 90-х років минулого століття вимагають дослідження цього процесу та визначення пріоритетних заходів для його прискореного зростання. Метою статті є дослідження особливостей і основних тенденцій нарощування експортного потенціалу галузі та визначення пріоритетних напрямів його перспективного розвитку.

Експортний потенціал країни – це здатність економіки відтворювати свої конкурентні переваги на світогосподарській арені. Нові перспективи співробітництва підвищують вимоги до організації і структури експортного продовольчого потенціалу та зовнішньоекономічної діяльності, що потребує розроблення чітких теоретичних позицій з основних питань експортно-імпоротної політики. Вирішення важливої соціально-економічної проблеми щодо забезпечення потреб населення країни в харчових продуктах вимагає як

формування розвиненого продовольчого ринку, так і інтеграції харчової промисловості у світовий ринок продовольства. Становлення продовольчого ринку в Україні пов'язане з приведенням у дію економічних важелів у провідних галузях харчової промисловості для переорієнтації господарських процесів у напрямі підвищення активності їхньої економічної діяльності. Це – структурна перебудова продовольчого комплексу і харчової промисловості, удосконалення господарського механізму, раціоналізація міжгалузевих внутрішніх зв'язків і зовнішньоекономічної діяльності, збалансування попиту і пропозиції на ринках продовольства і т. ін, що розширить можливості виходу галузі на світовий ринок.

Слід зазначити, що за часів Радянського Союзу в харчовій промисловості країни був накопичений потужний експортний потенціал. Про це свідчить той факт, що питома вага харчової промисловості в продовольчому комплексі колишнього СРСР становила 23 %, зокрема з виробництва цукру з буряків – понад 50 %, рослинної олії – 30, харчової солі – 52, м'ясних продуктів – 28, кондитерських виробів – 24, молочної продукції – 23 % [4].

У 2003 р. було експортовано харчових продуктів на 2064,6 млн доларів США, що на 53,4 % більше від рівня 2002 р. Зросли експортні поставки м'ясних і молочних продуктів, олії, цукру, маргарину, спирту, солі, алкогольних і безалкогольних напоїв, кондитерських і тютюнових виробів. Проте втрата харчовою промисловістю країни протягом 90-х років ХХ ст. значної частини свого експортного потенціалу не дає змоги нині навіть за таких темпів його відновлення наблизитись до рівня 1990 р.

Імпорт харчових продуктів за 2003 р. досяг 1429,2 млн доларів США, що на 60 % більше, ніж за 2002 р. Це, зокрема, м'ясо, молокопродукти, цукор, м'яса, пиво, вино та інші продукти. Зовнішньоторговельний обіг за 2003 р. становив 3493,9 млн доларів США і перевищив рівень 2002 р. на 56,1 %. Позитивне сальдо зросло проти 2002 р. на 40,3 % [4].

Експорт вітчизняної продукції здійснюється в основному в країни СНД і Балтії, серед яких значна питома вага припадає на Росію, Молдову, Білорусь та інші країни. Серед країн далекого зарубіжжя основними споживачами українських продовольчих товарів є Італія, Великобританія, Німеччина.

Останнім часом значно активізувалися зовнішньоекономічні зв'язки з Росією, відновлюються традиційні ринки збуту. Це пояснюється тим, що російський ринок постійно й динамічно розвивається, а його місткість стабільно зростає. Проте сучасний стан торгово-економічних відносин між Україною і Росією в галузі харчової промисловості ще не відповідає потенційним можливостям обох країн.

Значними експортерами вітчизняної продукції, зокрема і в Росію, є підприємства пивобезалкогольної галузі, обсяги експорту яких наведено в *табл. 1*.

*Таблиця 1*

**Обсяги експорту пива найбільшими експортерами, млн. дал \***

Підприємство	Роки		$\frac{2003}{2002}$ , %
	2002	2003	
Експорт пива – всього	10,8	15,98	148,0
зокрема ЗАТ “Оболонь”	8,7	12,49	143,6
ВАТ “Чернігівський пивкомбінат “Десна”” (контролюється Sun Interbrew)	0,8	1,84	230,0
ВАТ “Миколаївський пивзавод “Янтар”” (контролюється Sun Interbrew)	0,3	0,31	103,3
ВАТ “Пивобезалкогольний комбінат “Славутич”” (контролюється ВВН)	0,6	0,65	108,3
ЗАТ “Сармат”	0,2	0,34	170,0
Інші підприємства	0,2	0,35	175,0

\* Складено та розраховано автором за даними: *Бизнес № 18-19 (589-590)*. – С.144.

Як свідчать дані табл. 1, експорт пива у 2003 р. збільшився проти рівня попереднього року на 48 %. Безперечним лідером з просування своєї продукції на зовнішній ринок залишається ЗАТ “Оболонь”, яке за відповідні роки збільшило експорт своєї продукції на 43,6 %.

Слід зазначити, що ЗАТ “Оболонь” з 1989 р. не знижувало своєї експортної активності, яка протягом останніх п’яти-шести років залишалася життєво важливим напрямом розвитку підприємства. Це товариство щорічно збільшувало обсяги експорту своєї продукції на 15...20 %, і на цей час частка експорту перевищує 25 % обсягів виробництва підприємства [3].

Основна частка пива, що експортується ЗАТ “Оболонь”, ввозиться до Росії. У 2003 р. частка підприємства в імпорті пива до Росії становила 60 %.

Інші пивобезалкогольні підприємства до недавнього часу не вважали експорт стратегічним напрямом своєї діяльності, який у їхньому виробництві займав незначні відсотки, а то й частки відсотка. Ситуація почала змінюватися у 2003 р., коли обсяги експорту почали нарощувати Sun Interbrew, “Сармат” і ВВН. Але за підсумками як 2002, так і 2003 р., частка ЗАТ “Оболонь” у загальноукраїнському експорті залишилася в межах 80 %.

У 2004 р. спостерігається тенденція до змінення частки експорту у загальноукраїнському виробництві. Так, якщо у 2003 р. виробництво пива було 169, 4 млн дал при експорті 15,98 млн дал (9,4 % від виробленого), то за січень – червень 2004 р., за попередніми розрахунками ЗАТ “Укрпиво” , в Україні вироблено 92,665 млн дал і експортовано 10,4 млн дал пива (11,2 % від виробленого) [3].

Подальше прискорене зростання свого експортного потенціалу провідні підприємства галузі розглядають з позиції застосування інноваційної моделі розвитку. Основними базовими підходами до розроблення інноваційної політики є: епізодичні нововведення (якщо є вільні потужності або можливість удосконалювати успішний продукт, вже відомий на ринку) та цілеспрямовано керований інноваційний процес. Застосовуються також технологічні та організаційні (маркетингові) інновації.

Технологічні інновації передбачають внесення змін у виробничий процес: розроблення нових чи корегування існуючих рецептур, розширення асортименту при встановленні додаткового устаткування тощо. Організаційні інновації – це модернізація стратегії просування, тобто використання нових методів залучення споживачів, змінення концепції брендів.

Отже, на сьогодні інновації стають одним з головних факторів формування ефективності розвитку виробництва. І це загальносвітова тенденція, закономірності якої проявляються у тому, що саме в останнє десятиріччя сучасний розвиток лідируючих економічних систем характеризується і відрізняється тим, що 40 % економічного зростання їх забезпечувалося саме за рахунок інновацій.

Саме застосування таких підходів у сукупності дало змогу ЗАТ “Оболонь” впевнено утримувати лідируючі позиції серед основних експортерів пива на зовнішньому ринку. У серпні 2004 р. на головному заводі цього підприємства було введено в дію нове обладнання варильного цеху, виготовлене відомим світовим виробником – німецькою фірмою Ziemann. Потужності нового обладнання (три заторних та сусловарильний чани, вірпуль і найбільший в Україні фільтраційний чан, діаметр якого становить 11,5 м) дають змогу варити 12 тис. дал пива за один процес [5]. Керування всіма технологічними ланками й контроль за виробництвом здійснюються завдяки комп’ютерним програмам, що до нуля зводять будь-яку можливість помилок і неточностей в роботі. Саме така система гарантує бездоганну якість готової продукції на рівні найкращих світових зразків, що сприятиме нарощуванню експортного потенціалу підприємства.

Інноваційний чинник нарощування експортного потенціалу активно використовують і підприємства кондитерської галузі, яка є лідером серед інших галузей харчової промисловості за інтенсивністю оновлення асортименту вироблюваної продукції. Більшість компаній щорічно на 25 % змінює асортимент своєї продукції, зокрема компанія “АВК” з початку 2004 р. випустила 76 новинок.

Обсяги експорту-імпорту продукції кондитерської галузі наведено в табл. 2.

Таблиця 2

**Обсяги експорту-імпорту кондитерських виробів за 2002 і 2003 рр.**

Показник	2002		2003		2003, 2002 %	
	тис. т	млн USD	тис. т	Млн. USD		
Експорт кондитерських виробів – всього	206,9	169,1	260,3	234,9	125,8	138,9
зокрема:						
кондитерські вироби з цукру	38,5	24,9	51,7	40,1	134,3	161,0
шоколад та інші продукти із вмістом какао	130,2	120,0	155,3	153,5	119,3	127,9
вироби із зерна та хлібних злаків	38,2	24,2	53,3	41,3	139,5	170,7
Імпорт кондитерських виробів – всього	15,1	33,2	20,4	44,9	135,1	135,2
зокрема:						
кондитерські вироби з цукру	1,9	5,7	1,5	5,2	79,0	91,2
шоколад та інші продукти із вмістом какао	8,7	19,9	9,0	23,4	103,5	117,6
вироби із зерна та хлібних злаків	4,5	7,6	9,9	16,3	220,0	214,5

\* Складено та розраховано автором за даними: Бизнес №44 (615) від 01.11. 04. – С.144, 147.

Дані таблиці свідчать про те, що протягом останніх років кондитерські підприємства впевнено нарощували свій експортний потенціал. У 2003 р. обсяги експорту зросли проти рівня попереднього року на 25,8 % у натуральному виразі і на 38,9 % – у вартісному. Подібна тенденція

спостерігається і по основних групах кондитерських виробів, зростання яких за зазначений період становило відповідно: кондитерські вироби з цукру – 34,3 і 61,0 %, шоколад та інші продукти із вмістом какао – 19,3 і 27,9, вироби із зерна і хлібних злаків – 39,5 і 70,7 %. Це стало можливим завдяки залученню в кондитерську галузь інвестиційних ресурсів, загальним обсягом понад 60 млн доларів США та впровадження і використання високопродуктивного устаткування.

На відміну від пивобезалкогольної галузі, де безумовним лідером щодо експортної діяльності є ЗАТ “Оболонь”, значна кількість підприємств кондитерської галузі, активно реалізуючи інвестиційні проекти, розширюють свою зовнішньоекономічну діяльність, щорічно нарощуючи обсяги експорту. Зокрема, група “Київ-Конті” протягом 2000 – 2003 рр. поряд зі значним нарощуванням обсягів виробництва збільшила обсяги експорту своєї продукції майже вдвоє. При цьому обсяги інвестицій за цей період зросли більше ніж у 12 разів (табл. 3).

Таблиця 3

**Основні показники виробничо-господарської діяльності групи “Київ-Конті” за 2002 – 2003 рр.**

Показник	2000	2001	2002	2003	$\frac{2003}{2000}$ , %
Обсяг виробництва, т	48 743,0	53 969,7	64 547,9	82 328,6	168,9
млн USD	Н. д.	38,20	50,66	77,63	–
Обсяг експорту, т	19 306,4	23 435,4	26 943,7	35 908,8	186,0
млн USD	Н. д.	16,06	19,32	29,11	–
Інвестиції в інноваційні проекти, тис. USD	600	625,5	5 302,9	7 764,8	у 12,9 рази
Кількість нових видів продукції	20	51	25	54	у 2,7 рази

\* Складено та розраховано автором за даними: Бизнес № 36 (607) від 06.09.04. – С.87.

Перспективи зростання свого експортного потенціалу група “Київ-Конті” бачить у подальшій реалізації інноваційних проектів. Так, на початку 2004 р. в межах інвестиційного проекту “Створення і експлуатація потужностей з виробництва нових видів кондитерських виробів” загальною вартістю понад 25 млн доларів було встановлено лінію з виробництва цукерок з комбінованою начинкою виробничою потужністю 700 т. продукції в місяць, що дасть можливість підприємству значно посилити свої позиції на зовнішніх ринках [2].

Політика компанії “Київ-Конті” спрямована на те, щоб, інвестуючи значні кошти у виробництво, отримати від них максимальну віддачу. Тому технологічні нововведення на підприємстві часто пов’язані не тільки зі збільшенням асортиментних позицій, кількість яких за період 2000 – 2003 рр. збільшилась більш ніж у 2,5 рази, а й з підвищенням якості вироблюваної продукції.

Зміцнення позицій вітчизняних підприємств на світових ринках значною мірою буде залежати і від ефективності застосування маркетингових заходів. Використання так званих “4р” (product, price, place, promotion) в сукупності, окремих елементів або їх комбінації буде відповідати основним напрямкам та цілям розробленої стратегії того чи іншого підприємства. Проте посилення активності “в розкрутці” вітчизняних брендів та розширення мережі дистрибуції ми розглядаємо як визначальний фактор розширення експортного потенціалу вітчизняних підприємств.

Значні можливості щодо зростання експортного потенціалу галузей харчової промисловості відкриваються у зв’язку із входженням України в європейський та світовий економічні простори. Бажання розширити масштаби своєї діяльності за рахунок ринків розвинутих країн, насамперед Західної Європи, вступ України до Світової організації торгівлі (СОТ), а також загострення останнім часом внутрішньогалузевої конкуренції вимагатимуть від вітчизняних підприємств перегляду основоположних принципів реалізації своєї зовнішньоекономічної політики.

Необхідною умовою такої діяльності є всебічне дотримання міжнародних стандартів щодо якості харчових продуктів і технологічних процесів їх виробництва, що функціонують у розвинених країнах. Таким чином, вітчизняні виробники, які експортують свою продукцію, змушені будуть дотримуватись вимог міжнародних стандартів щодо якості, інакше світові ринки будуть закриті для вітчизняних підприємств.

У нових економічних умовах назріла невідкладна потреба в узгодженні вітчизняної законодавчої бази з вимогами міжнародних стандартів на харчові продукти і продовольчу сировину, приведення у відповідність до вимог СОТ вітчизняних медико-біологічних вимог і санітарних норм якості харчових продуктів.

Враховуючи світову практику щодо високих вимог західних держав до якості продовольства, а також до законодавчої бази, яка має постійно удосконалюватись, в Україні необхідно створити єдину контрольну систему за якістю продукції та сформувану законодавчу базу для забезпечення оптимальної структури контролю – від поля або ферми до готової продукції.

Вагомим кроком у вирішенні цього питання був Указ Президента України “Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції” від 23 лютого 2001 р. В ньому передбачено розроблення законопроектів про засади державної політики у сфері управління якістю на підприємствах: завершення перегляду та затвердження основоположних стандартів національної системи стандартизації з урахуванням вимог міжнародної і європейської систем стандартизації та сертифікації; здійснення державної підтримки впровадження систем управління якістю на підприємствах до стандартів Міжнародної організації із стандартизації (ISO) серії 9000, що охоплюють системи забезпечення якості; забезпечення участі України в роботі європейських і міжнародних організацій з управління якістю тощо.

Реалізація Закону України “Про внесення змін до Закону України “Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини”, яким передбачено низку заходів щодо значного поліпшення якості харчових

продуктів, дасть змогу забезпечити організацію дієвого контролю за чистотою продовольства, що надходить на ринок, і стимулювання виробництва екологічно чистої продукції. Таким чином, для забезпечення ефективного експорту в Україні має бути створена прозора й досконало працююча система класифікації та безпеки вітчизняної сільськогосподарської продукції і харчових продуктів. А пріоритетом державної влади має бути стимулювання виробництва високоякісної конкурентоспроможної продукції з використанням ресурсозбережних і екологічно безпечних технологій.

**Висновки.** Зростання експортного продовольчого потенціалу є визначальним фактором розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, важливою ланкою зовнішньоторговельного обміну. Подальший розвиток експорту продовольчих товарів є важливим елементом структурних змін і технічної модернізації національного господарства. Властивий Україні постачально-збутовий і посередницько-торговельний характер виходу у світогосподарську сферу, який не реалізує всіх потенційних експортних можливостей у виробництві продовольчих товарів, зумовлює необхідність переорієнтації та переходу до нової моделі взаємодії національного господарства зі світовим. Пріоритетною може стати відтворювальна виробничо-інвестиційна модель, яка включатиме не лише сферу зовнішньої торгівлі, а й співробітництво в усіх ланках виробничо-технологічного процесу, яка орієнтуватиметься в процесі виходу на світовий ринок не на окремі товари, а на функціонування конкурентоспроможних галузей.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. *Бутнік-Сіверський О., Березянко Т., Пасько О.* Інноваційна політика галузі // Харч. і перероб. пром-сть. – 2004. – № 6. – С. 4, 5.
2. *Васильєва Н.* Тело вкуса // Бизнес. – 2004. – №44 (615). – С. 144 – 148.

3. *Васильева Н.* Пивные хроники ' 2004 // Бизнес. – 2004. – №18-19 (589-590). – С. 144 – 146.
4. *Кіщак Ю.* Експортний потенціал галузі // Харч. і перероб. пром-сть. – 2004. – № 9-10. – С. 6, 7.
5. *Коцюба В.* Новий цех, нова якість // Харч. і перероб. пром-сть. – 2004. – № 9-10. – С. 3.
6. *Лайко П., Бабієнко М., Бузовський Є.* Безпека харчування – запорука здоров'я // Економіка АПК. – 2004. – №10. – С. 37 – 46.
7. *Шолудченко С.* Управління якістю на основі міжнародних стандартів ISO-9000 // Економіка АПК. – 2002. – №2. – С. 108 – 112.

*Надійшла до редколегії 27.05.05 р.*

### **ЗАЯВКА УЧАСНИКА**

**Прізвище** Страшинська

**Ім'я** Лариса

**По-батькові** Володимирівна

**Науковий ступінь, вчене звання** кандидат економічних наук, доцент

**Посада** старший науковий співробітник

**Організація (установа) – повна назва** Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України

**Поштова адреса:** службова – м. Київ, бульвар Шевченка, 60

домашня – 03058 м. Київ, вул. Машинобудівна 8 кв. 136

**Тел. дом.** 457-51-17

**Планую** подати тези до збірки наукових праць

**Назва доповіді**

**Обрана секція №1** Формування стратегії економічної політики України в умовах транзитивного розвитку

8. Бек Ш., Серов В. Льется через край // БИЗНЕС. – 2004. – №31 (602). – С.100.

## **РЕЦЕНЗІЯ**

на рукопис статті Л.В.Страшинської “Експортний потенціал харчової промисловості: стратегія зростання”

Харчова промисловість України належить до тих галузей промисловості, які виступають потужними реципієнтами з наповнення Державного бюджету країни та надходження валютних коштів від зовнішньоекономічної діяльності. Тому пріоритетним напрямом зовнішньоекономічної стратегії харчової промисловості України на сучасному етапі формування взаємовідносин із світовим ринком необхідно вважати збільшення його експортних можливостей, удосконалення структури експорту, а також вихід на світові ринки з конкурентоспроможною продукцією. Втрата протягом 90-х років значної частини експортного потенціалу негативно відбивається як на розвитку промисловості в цілому, так і окремих її галузей. У зв'язку з цим тему статті Л.В.Старшинської, в якій розглядаються нагальні проблеми прискореного відновлення експортного потенціалу харчової промисловості, слід визнати актуальною.

Рукопис містить ґрунтовний аналіз експортного потенціалу харчової промисловості, в ньому чітко визначені основні шляхи його відновлення, а також обґрунтовані основні пріоритети щодо вирішення необхідних та актуальних завдань.

З ціллю подальшої активізації зовнішньоекономічної діяльності в статті концентрується увага на необхідності впровадження в галузі інноваційної моделі розвитку при широкому залученні інвестиційних ресурсів, підвищення якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції, її відповідності вимогам міжнародних стандартів та посиленні маркетингової спрямованості в зовнішньоекономічній діяльності підприємств.

Наявність великої кількості статистичного матеріалу, ґрунтовний аналіз проблем щодо розглядаємої теми та запропоновані заходи свідчать про високий науковий рівень рецензованого рукопису, що дозволяє рекомендувати його до друку.

Головний науковий співробітник  
відділу регіональних проблем  
відтворення виробничого капіталу,  
доктор економічних наук, професор

Федорищева А.М.

Підпис доктора економічних наук, професора Федорищевої А.М. засвідчую.

Начальник відділу кадрів  
Ради по вивченню продуктивних сил  
України НАН України

Ласковець В.М.