

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

УДК (477)
ББК 65.9(4Укр)32
С 69

*Друкується за рішенням Вченої ради
Уманського національного університету садівництва
(протокол 14 від 16 лютого 2012 року)*

Рецензенти:

доктор економічних наук, професор Малік М.Й.;
доктор економічних наук, Власов В.І.;
доктор економічних наук, професор Непочатенко О.О.

Автори вміщених матеріалів висловлюють власну думку, яка не завжди збігається з позицією редакції. За зміст матеріалів відповідальність несуть автори. Матеріали подаються в авторській редакції.

Соціально-економічні аспекти розвитку аграрного сектору економіки України / Під ред. д.е.н., професора Ю.О.Нестерчук. – Умань: Видавець «Сочінський», 2012. – 348 с.

ISBN 978-966-2643-49-7

У монографії викладені результати дослідження проблем розвитку сучасної аграрної економіки. Значну увагу приділено проблемам діяльності сільськогосподарських товаровиробників з організаційної, економічної та фінансової точок зору. В роботі висвітлено питання стійкого розвитку підприємств переробної промисловості. Проаналізовано вплив менеджменту та маркетингу на розвиток аграрного бізнесу. На основі аналізу зарубіжного досвіду обґрунтовано пріоритетні напрями розвитку сільськогосподарського виробництва в Україні з урахуванням його спрямованості на підвищення ефективності функціонування підприємств з метою забезпечення продовольчої безпеки країни.

Розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, наукових співробітників та фахівців, які займаються питаннями розвитку економіки України.

УДК (477)
ББК 65.9(4Укр)32

ISBN 978-966-2643-49-7

© Уманський національний
університет садівництва, 2012

ЗМІСТ

1. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

1.1. Селянин – пошук диспозиції між кочівництвом та урбанізмом? (Юшин С.О., д.е.н., професор, ННЦ “Інститут аграрної економіки” НААНУ).....	9
1.2. Соціально – економічний розвиток сільських територій (Шмігельська К.М.; Майорова Н.В. асистент, КЕІ ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана»).....	19
1.3. Функціонування діючих сільськогосподарських підприємств як фактор розвитку сільських територій Закарпатської області (Ліба Н.С., к.е.н., Мукачівський державний університет).....	23
1.4. Соціально-економічні засади розвитку агрохолдингів (Ревуцька А.О., аспірант ДВНЗ „Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”).....	29
1.5. Формування ефективної системи соціально-економічного розвитку сільських територій та управління трудовими ресурсами (Наумко Ю.С., к.е.н., доцент, Сумський національний аграрний університет).....	35
1.6. Забезпечення господарств населення матеріальними ресурсами (І.О. Удова, к.е.н., Державна установа “Інститут економіки та прогнозування НАН України”).....	40
1.7. Нові засади до управління земельними ресурсами (Щурик М.В., д.е.н., професор, Івано-Франківський університет права ім. Короля Данила Галицького).....	50
1.8. Міжнародний туризм: теоретичне і практичне значення (Ключник А.В., к.е.н., доцент, Галабір Г.С., Миколаївський державний аграрний університет).....	57
1.9. Аграрний туризм як фактор соціально-економічного розвитку сільських територій (Нездоймінов С.Г., к.е.н., доцент, Одеський національний економічний університет).....	62
1.9.1. Передумови розвитку «зеленого» підприємництва в сфері аграрного туризму регіону.....	62
1.9.2. Стан та перспективи територіального розвитку агротуризму в регіоні.....	74
1.10. Теоретичні підходи до визначення змісту поняття «продуктивна зайнятість» (Коротєв М.А., к.е.н., доцент; Кирнасівська Н.О., аспірант, Уманський національний університет садівництва).....	82
1.11. Особливості формування політики зайнятості в сільському господарстві (Максименко Д.В., к.е.н., доцент, Мукачівський державний університет).....	87
1.12. Оплата праці в аграрних підприємствах в період економічних перетворень (Халевицька Т., асистент, Одеський державний аграрний університет).....	92

1.13. Органічне сільське господарство як стратегічний напрям розвитку АПК України (Дорош М.М.; Дадак О.О. Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького).....	97
---	----

2. СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ : ФІНАНСОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

2.1. Стратегія розвитку агропродовольчого ринку в контексті набуття Україною членства у СОТ та інтеграції з ЄС (Назарова Л.В., к.е.н., доцент, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України, м.Харків).....	102
2.2. Діяльність транснаціональних корпорацій в агропромисловому комплексі: переваги та недоліки (Степанець С.І., аспірант, Національний університет харчових технологій м. Київ).....	106
2.3. Роль агропромислових кластерів у підвищенні конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників (Колійчук О.В., Миколаївський державний аграрний університет).....	113
2.4. Тенденції розвитку цукрубурякового виробництва (Рибачук-Ярова Т.В., к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій).	118
2.5. Стан та розвиток вівчарського підкомплексу АПК України (Скоромцова Т., к.е.н., с.н.с., Національний університет державної податкової служби України).....	125
2.6. Проблеми та перспективи розвитку зерновиробництва в Україні (Бардадим М.В., к.е.н., доцент, Дніпропетровський державний аграрний університет).....	139
2.7. Світова аквакультура в кінці XX – початку ХІ століть: стан та проблеми розвитку (Вдовенко Н.М., к.е.н., доцент, Національний університет біоресурсів і природокористування України).....	145
2.8. Фінансово – кредитний механізм фінансування аграрного виробництва України (Гмиря В.П., к.е.н., Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ (м. Київ).....	155
2.9. Фінансування виробництва наукоємної продукції в аграрному секторі України (Жаворонкова Г.В., д.с.н., професор, Національний авіаційний університет; Осіпенко І.Г., аспірант, Уманський національний університет садівництва).....	168
2.10. Вдосконалення кредитного механізму – концепція розвитку аграрної галузі (Колотуха С.М., к.е.н., доцент, Уманський національний університет садівництва).....	174
2.11. Стан та сучасні тенденції позиціонування ролі інвестиційної складової у розвитку структурних компонентів сільськогосподарського сектору економіки України (Макух С.М., к.е.н., Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І.Франка).....	178

2.12. Оцінка інвестиційної привабливості аграрної галузі та проблеми залучення інвестицій (Рибалко С.В., к.е.н., доцент, ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААНУ).....	184
2.13. Проблеми створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні (Франчук Т.М., Державна навчально-наукова установа «Академія фінансового управління»).....	190
2.14. Сучасний стан ринкової інфраструктури для економічних взаємовідносин підприємств АПК (Маринюк А.Ю., аспірант, Уманський національний університет садівництва).....	196
2.15. Виникнення і перебіг фінансово-економічних криз у діяльності сільськогосподарських підприємств (Пріб К. А., к.е.н., доцент, ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААНУ).....	201
2.16. Конкурентоспроможність малих господарств аграрного сектору України (Прокопенко К.О., к.е.н., ст.н.с., Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАН України»).....	212
2.17. Методологічні засади діагностики рівня сталого розвитку сільськогосподарських підприємств (Шаціло Н.І., к.е.н., Білоцерківський національний аграрний університет).....	221
2.18. Механізми державного регулювання розвитку сільськогосподарських підприємств (Юшкевич О.О., к.е.н., доцент, Житомирський державний технологічний університет).....	228

3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

3.1. Консолідації та інтеграція в харчовій промисловості України в контексті процесів глобалізації (Мостенська Т.Л., д.е.н., професор; Скопенко Н.С., к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій, м. Київ).....	236
3.2. Інноваційний розвиток підприємств переробної промисловості в ринкових умовах господарювання (Пересунько З.М., аспірантка, Вінницький національний аграрний університет).....	253
3.3. Системно-факторний підхід до модернізації підприємств харчової промисловості України (Валінкевич Н.В., к.е.н., доцент, Житомирський державний технологічний університет).....	261
3.4. Тенденції розвитку підприємств хлібопекарської галузі України (Шереметинська О.В., Національний університет харчових технологій).....	267
3.5. Особливості функціонування молокопереробних підприємств і оцінки рівня витрат на виробництво молочної продукції (Лотиш О.Я., к.е.н., доцент, Тернопільський національний економічний університет).....	272
3.6. Особливості впровадження систем управління якістю на підприємствах харчової промисловості (Сіднева Ж.К., к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій).....	284

3.7. Фінансування та інвестиційне забезпечення виноробних підприємств: проблеми та перспективи (Сподарик В.М., старший викладач, Кримський економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана»).....	289
3.8. Діагностика чинників, що впливають на рівень конкурентоспроможності підприємств хлібопекарної галузі (Ємцев В.І., к.е.н., доцент; Ємцева І.І., Національний університет харчових технологій).....	298

4. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

4.1. Алгоритмізація створення конкурентоспроможного організаційно-управлінського механізму в плідівництві (Корнієнко Г. В., аспірант, ПФ НУБіП України «КАТУ»).....	303
4.2. Управління безбитковістю аграрних проектів (Кучер А.В.; Лебеденко О.В., Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва).....	309
4.3. Розвиток експортно-імпоротної діяльності підприємств Миколаївської області (Мельник І.О., к.е.н., доцент; Оплята В.С., Миколаївський державний аграрний університет).....	316
4.4. Встановлення зовнішньоекономічних зв'язків, як засіб виходу підприємств виноградарсько-виноробного підкомплексу Миколаївської області на зовнішній ринок (Саяпіна О.В., Миколаївський державний аграрний університет).....	321
4.5. Удосконалення організації управління ризиками договірної процесу зовнішньоекономічної діяльності підприємств спиртової промисловості (Вербіцька І.І., к.е.н., доцент, Тернопільський національний економічний університет, Чортківський інститут підприємництва та бізнесу).....	326
4.6. Удосконалення схем реалізації сільськогосподарської продукції (Коноваленко О.Д., к.т.н., доцент; Біжко Н.С., аспірантка, Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського).....	334
4.7. Формування експортного потенціалу зернового ринку України (Тимчук С.В., к.е.н.; Скляренко І.В., Уманський національний університет садівництва).....	342

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

3.1. Консолідації та інтеграція в харчовій промисловості України в контексті процесів глобалізації

Інтеграція та глобалізація є найбільш впливовими силами, що визначають стабільний розвиток світового господарства та окремих країн. Процес глобалізації охоплює різні сфери світової економіки: зовнішню, міжнародну, світову торгівлю товарами, послугами, технологіями, об'єктами інтелектуальної власності; міжнародний рух факторів виробництва (робочої сили, капіталу, інформації); міжнародні фінансово-кредитні та валютні операції; виробниче, науково-технологічне, інжинірингове та інформаційне співробітництво тощо.

Економічне зростання окремих країн та їх конкурентоздатність у значній мірі визначаються глобалізацією національних економік, ступенем інтеграції у світове господарство. Глобалізація змінює світову систему, породжує нові проблеми та відкриваючи нові можливості.

Необхідно відзначити основні аспекти впливу глобалізації на національну економіку окремих країн: високі темпи зростання прямих іноземних інвестицій, що перебільшують темпи зростання світової торгівлі; поширення серед країн технологічних інновацій; зростання торгівлі послугами, які перетворюються на основний чинник міжнародних торговельних відносин (якщо в 1970 р. з експортом послуг було пов'язано менше 1/3 прямих іноземних інвестицій, то нині ця доля зросла до 50%, причому інтелектуальний капітал став найбільш важливим товаром на світовому ринку)²⁶³.

Глобалізація містить як позитивні, так і негативні аспекти. Її позитивний вплив пов'язаний з загостренням міжнародної конкуренції, розширенням ринків, що призводить до поглиблення спеціалізації та міжнародного розподілу праці; з економією на масштабах виробництва, що потенційно може привести до скорочення витрат і зниження цін, а отже, – до стійкого економічного зростання; раціоналізацією виробництва на глобальному рівні, поширенням передових технологій та впровадженням інновацій у світовому масштабі, що може призвести до підвищення продуктивності праці.

До основних негативних наслідків глобалізації слід віднести наступне. Фактично основну частину переваг отримують розвинуті країни або окремі суб'єкти господарювання. Найменш розвинені в економічних відносинах країни відрізняються суттєво нижчими темпами зростання, чим розвинуті держави, їх вигоди від глобалізації мінімальні. Стрімке зростання економіки характерне лише для невеликої групи країн Південно-східної Азії ("азіатських тигрів").

Глобалізація порушує потенційну регіональну або глобальну нестабільність, що викликана взаємозалежністю національних економік на світовому рівні. Локальні економічні коливання або кризи в одній країні можуть мати регіональні або глобальні

²⁶³ Системные проблемы глобализации / Системный информационно-аналитический центр. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://siac.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=127

наслідки, що підтверджує фінансова криза 2008 року.

Крім того, контроль над економікою окремих країн може перейти від суверенних урядів до найбільш сильних держав, багатонаціональних або глобальних корпорацій і міжнародних організацій.

Серед основних джерел глобалізації варто відзначити наступні: технологічний прогрес, що привів до різкого скорочення транспортних і комунікаційних витрат; лібералізація торгівлі та інші форми економічної лібералізації, політики протекціонізму, що зробили більш вільною світову торгівлю; розширення сфери діяльності організацій, що стало можливим як в результаті технологічного прогресу так і нових засобів комунікації; формування глобалізованих ("однорідних") засобів масової інформації, мистецтва, використання англійської мови як загального засобу спілкування²⁶⁴.

Активному включенню України в інтеграційні процеси світової економіки перешкоджають низький технічний і технологічний рівень виробництва, висока собівартість продукції та її низька конкурентоспроможність через значну енергоємність, сировинна направленість експорту, нерозвиненість інфраструктури підтримання експорту та схем його фінансування, складність механізмів державного регулювання. Саме тому, питання реформування вітчизняної економіки є дуже важливим і актуальним.

Необхідно зазначити, що сучасна економіка характеризується домінуючим положенням великих корпоративних структур, які складають основу сильної економіки, забезпечують економічний розвиток регіону, галузі, країни. Зростання інтеграції господарських структур є об'єктивним процесом останніх десятиліть. Розвиток економіки України та її кроки по інтеграції у світовий ринковий простір призводить до концентрації капіталу та підприємств для створення більш конкурентоздатних фірм з одночасним ускладненням їх структури.

Проте, дієвість інтеграційних процесів, як на мікро-, так і на макрорівні, визначається станом галузі та ефективністю функціонування господарюючих одиниць (інтегрованих структур та окремих підприємств – потенційних учасників об'єднання). Їх технічний рівень, організація виробництва, розвиток підприємництва, здатність до освоєння інновацій впливає на результативність господарської діяльності галузей промисловості та економіки в цілому.

Розглядаючи створення інтегрованих структур, необхідно враховувати стадії розвитку галузі, в якій функціонує суб'єкт. Дослідження науковців Г. Динза, Ф. Крюгера та С. Зайзель, свідчать, що інтенсивність та ступінь концентрації, ефективність інтеграції залежить насамперед від стадії розвитку галузі²⁶⁵. Автори виділяють чотири стадії процесу консолідації в галузі:

1. Початкова стадія. Характеризується відсутністю або незначною ринковою концентрацією. Діяльність розпочинається з створення компаній у нових секторах економіки (наприклад, біотехнологія, виробництво органічних продуктів) або у підгалузях, що були відокремлені внаслідок консолідації галузей (виробництво заморожених напівфабрикатів, тіста), або у секторах, де щойно відбулись процеси

²⁶⁴ Системные проблемы глобализации / Системный информационно-аналитический центр. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://siac.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=127

²⁶⁵ Динз Г. К победе через слияние. Как обратить отраслевую консолидацию себе на пользу/ Грейм Динз, Фриц Крюгер, Стефан Зайзель; [Пер. с англ.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 252 с.

дерегулювання або приватизації (електроенергетика, водопостачання, телекомунікації тощо). На цій стадії господарюючі суб'єкти прагнуть швидко нарощувати власні доходи та збільшувати частку ринку. Відповідно вони намагаються створити для потенційних конкурентів вхідні бар'єри, наприклад, у вигляді патентів. На цій стадії тільки починаються процеси консолідації та виникають ініціатори інтеграції.

2. Стадія росту. Підприємства збільшують свої розміри шляхом купівлі (злиття, поглинання) конкурентів з їхніми частками ринку. Виникають об'єднання, що стають ініціаторами консолідації та інтеграції. Ступень концентрації в окремих галузях може досягати 45%. На цій стадії розвитку знаходиться борошномельно-круп'яна, макаронна, виноробна галузі харчової промисловості України. Також, наявні ознаки зростання відслідковуються у виробництві мінеральної води, м'яса птиці, яєць та яйцепродуктів.

3. Стадія спеціалізації. Розвиток галузі характеризується посиленням спеціалізації та продовженням агресивної консолідації. Успішні компанії концентрують зусилля у найбільш вигідному для себе секторі, захоплюючи все більш значні частки ринку, позбавляються від неефективних або другорядних підрозділів. Концентрація може сягати 70%. Зростання об'єднань відбувається переважно за рахунок злиття з іншими компаніями. Дослідженням доведено, що на цій стадії знаходиться олійно-жирова, лікеро-горілчана, кондитерська, хлібопекарська, молокопереробна, рибна та м'ясна галузі харчової промисловості України.

4. Стадія рівноваги та створення альянсів. Концентрація в галузі зростає до значних розмірів (90%) та досягає рівноваги. На ринку діє незначна кількість компаній. Суб'єкти господарювання вже не можуть зростати лише за рахунок внутрішніх ресурсів, можливість поглинати дуже обмежуються, і, як на другій стадії, відбувається консолідація майже рівних компаній (створення альянсів). Зокрема це стосується таких секторів, як виробництво пиво-безалкогольних напоїв, тютюнових виробів. Ускладнюється можливість збільшення частки ринку, зростає державне антимонопольне регулювання. Компанії обирають стратегії відокремлення зростаючих підприємств від своїх основних фірм з намаганням створити нові сектори економіки. Наприклад, компанія PepsiCo, яка зіштовхнулася з перспективою низьких темпів зростання основного бізнесу з виробництва безалкогольних напоїв, знайшла нові самостійні сектори: виробництво напоїв-енергетоніків, ароматизованої та бутильованої питної води.

Ухвалення стратегічних рішень щодо входу до цільової галузі, нарощування клієнтської бази усередині неї, а також щодо виходу або зміни пріоритетної зони зростання передбачає розрахунок двох ключових параметрів: поточної позиції галузі на кривій консолідації та швидкості консолідації при збереженні діючої системи економічних чинників.

З метою більш точного розрахунку необхідно обмежити галузь, визначивши її як групу прямих конкурентів, що діють в зоні однорідних економічних чинників.

Позиції галузі на кривій визначається шляхом розрахунку коефіцієнту концентрації CR3 у нинішній момент і уточнюється за допомогою виміру CR3 в ретроспективі з метою визначення вектора розвитку галузі – δ . На думку Ф.В. Рагіна для більшості галузей для ретроспективного виміру CR3 достатній термін 3-4 роки. Проте у великих або галузях, що розвиваються повільно потрібно для ретроспективного аналізу більший термін, а в малих або швидко освоюваних галузях

– менший, який є також характерним для аналізу галузей на IV етапі консолідації.

Коефіцієнт концентрації CR3, що відображає загальну частку продажів, яка припадає на три найбільші компанії галузі, розраховується за формулою²⁶⁶:

$$CR3_t = s_{1t} + s_{2t} + s_{3t}, \quad (1)$$

де CR3_t – коефіцієнт концентрації галузі у теперішній момент;

s_{1t}, s_{2t}, s_{3t} – частки ринку трьох ведучих компаній галузі у теперішній момент.

Ретроспективний аналіз здійснюється за допомогою розрахунку коефіцієнту концентрації CR3_{t-n}:

$$CR3_{t-n} = s_{1t-n} + s_{2t-n} + s_{3t-n}, \quad (2)$$

де CR3_{t-n} – коефіцієнт концентрації галузі n років назад;

s_{1t-n}, s_{2t-n}, s_{3t-n} – частки ринку трьох провідних компаній галузі n років назад.

Напрямок розвитку галузі та процеси консолідації або деконсолідації характеризує знак вектору розвитку галузі, що визначається за формулою:

$$\delta = RS3_t - RS3_{t-n} \quad (3)$$

де δ – вектор розвитку галузі (δ > 0 – консолідація; δ < 0 – деконсолідація).

Темп (швидкість) консолідації, при збереженні діючої системи економічних чинників, вимірюється у відсотках за рік і розраховується як частка модульного значення вектору розвитку галузі δ і ретроспективи n:

$$T = \frac{|\delta|}{n} \cdot 100\%, \quad (4)$$

де T – швидкість консолідації (%).

На основі значень показника швидкості консолідації можливо визначити час, що необхідний галузі для досягнення наступного рівня розвитку.

Проте, зміни в системі значущих для галузі економічних чинників можуть прискорювати або уповільнювати темп консолідації. Так, посилення податкового навантаження негативно вплине на рівень прибутковості та інвестиційну привабливість галузевих компаній, в результаті цього відбудеться уповільнення консолідації; формування культури споживання, тобто мода на продукт або послугу галузі навпаки, здатна сприяти прискоренню консолідації.

Таким чином, приймаючи рішення щодо створення інтегрованого об'єднання, злиття з іншим підприємством в межах галузі або вихід на інший ринок, необхідно враховувати стадію консолідації, в якій перебуває галузь, напрямок розвитку галузі та темп (швидкість) консолідації. Найбільш успішними такі кроки є на першій та другій стадіях. Як зазначають Г. Динз, Ф. Крюгер та С. Зайзель, майже 50% угод про злиття підприємств є невдалими, коли консолідація відбувається на стадії спеціалізації (третя стадія). На стадії рівноваги та альянсів (четверта стадія) крах чекає майже на 70% таких угод. Зокрема, це пов'язано з дією антимонопольного законодавства та об'єктивним зменшенням прибутковості самої галузі.

Отримані результати досліджень дали змогу дійти таких висновків: усі галузі консолідуються та розвиваються схожим чином; активність у сфері злиттів та поглинань може бути прогнозована; кожную стратегічну подію в економіці слід оцінювати з урахуванням її впливу на ступінь консолідації. Таким чином, формування та розвиток інтегрованих структур неможливе без розробки відповідної інтеграційної

²⁶⁶ Динз Г. К победе через слияние. Как обратить отраслевую консолидацию себе на пользу/ Грейм Динз, Фриц Крюгер, Стефан Зайзель; [Пер. с англ.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 252 с., с. 179; Рагин Ф.В. Консолидация отрасли и портфельная стратегия компании / Ф.В. Рагин [электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.biznesam.lv/upload/114119984043.pdf>

стратегії з урахуванням ситуації, що склалась в галузі у цілому.

Розглянемо особливості формування та розвитку інтегрованих структур у харчовій промисловості України, яка включає в себе різноманітні галузі виробництва: борошномельно-круп'яну, цукрову, пивоварну, хлібопекарську, кондитерську, молочну, рибну, крохмально-мелясну, лікєро-горілку, макаронну, м'ясну, олійно-жирову, виноробну, консервну тощо. У харчовій промисловості України працює понад 20 тис. великих, середніх і малих підприємств різної форми власності, які виробляють майже 20% від загального об'єму промислової продукції²⁶⁷. Найбільша частина реалізованої продукції – це напої, м'ясні та молочні продукти, тютюнові вироби, хліб та хлібобулочні вироби, олія та тваринні жири. Крім харчосмакової продукції, підприємства харчової промисловості випускають добрива, комбікорми, тютюнові, косметичні вироби, мило тощо.

За останні роки функціонування галузі харчової промисловості характеризується поширенням інтеграційних стратегій та зростанням ефективності як у межах окремих складових єдиного технологічного ланцюга (сільськогосподарські формування та переробні підприємства, заготівля, оптова та роздрібна торгівля), так і у виробничих відносинах між ними. Виробники сільськогосподарської сировини та переробні підприємства посилюють зв'язки до появи нових цілісних властивостей в системі, зміни структури інтегрованої системи. Але, кожна галузь харчової промисловості має свої особливості функціонування та розвитку інтеграційних процесів (див. табл. 1).

1. Динаміка розвитку окремих галузей харчової промисловості України

№	Галузі харчової промисловості	Доля ринку CR3, %, роки		Вектор розвитку галузі (δ)	Напрямок розвитку галузі*	Швидкість консолідації, %	Ранг за темпом консолідації
		2007/2008	2009/2010				
1	хлібопекарська	29	30	1	консолідація	37	6
2	олійно-жирова	58	61	3	консолідація	90	4
3	молокопереробна	21	22	1	консолідація	33	7
4	кондитерська	42	47	5	консолідація	167	3
5	виробництво та переробка м'яса	25	30	5	консолідація	167	3
6	птаківницька	50	77	27	консолідація	900	1
7	пивоварна галузь	81	92	11	консолідація	350	2
8	цукрова	36	37	1	консолідація	40	5

Джерело: Розраховано за даними Державної служби статистики в Україні

Аналіз ступеня консолідації галузей харчової промисловості України та вивчення позиціонування вітчизняних компаній на кривій консолідації необхідно для визначення ефективної стратегії інтеграції компаній у процесі оптимізації бізнесу. За даними таблиці побудовано крива консолідації (рис. 1) з урахуванням зміни позиції підприємств окремих галузей харчової промисловості України.

²⁶⁷ Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

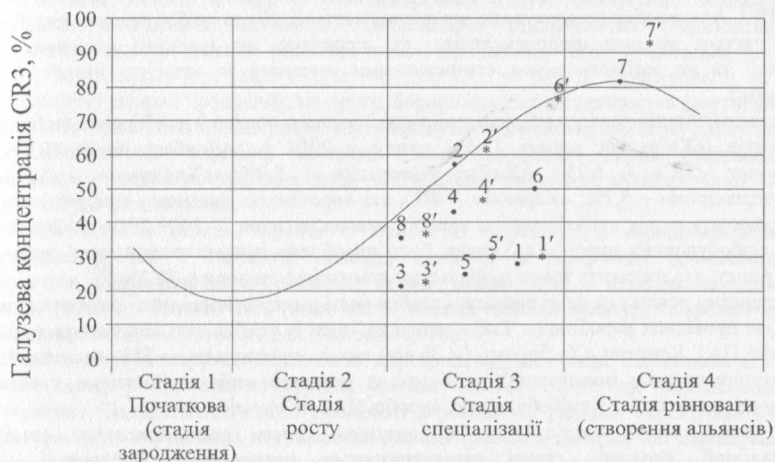


Рис. 1. Крива консолідації з урахуванням позиціонування підприємств окремих галузей харчової промисловості України (1 – хлібопекарська галузь, 2 – олійно-жирова галузь, 3 – молокопереробна галузь, 4 – кондитерська галузь, 5 – виробництво та переробка м'яса, 6 – птахівницька галузь, 7 – пивоварна галузь, 8 – буякоцурова галузь)

Дослідження кривої консолідації дозволяє оцінити сучасний стан галузей харчової промисловості України, які перебувають у різних стадіях свого розвитку, спрогнозувати їх розвиток та обрати перспективний шлях росту. За результатами аналізу можна зробити наступні висновки: більшість розглянутих галузей харчової промисловості знаходяться на стадії спеціалізації; найбільшими темпами консолідація відбувається в птахівницькій галузі, яка менше ніж за 10 років перейшла зі стадії росту до стадії спеціалізації; висока швидкість консолідації характерна для кондитерської та м'ясної галузей; дещо знизився темп консолідації в олійно-жировій, хлібопекарській та молокопереробній галузях; пивоварна галузь України знаходиться на стадії рівноваги та характеризується активізацією процесів концентрації та створення альянсів.

Хлібопекарська галузь – одна з провідних галузей харчової промисловості України, призначення якої – безперерйне забезпечення виробництва хліба, хлібобулочних та інших борошняних виробів у обсягах, які відповідають державній продовольчій безпеці. Специфіка хлібопекарського ринку України полягає в тому, що він на 99% представлений продукцією вітчизняного виробництва.

Висока конкуренція в галузі сприяє її розвитку. В хлібопекарській галузі України діють близько 1000 хлібозаводів різної потужності. Попит сільського населення на хліб та хлібобулочні вироби забезпечується невеликими хлібозаводами споживчої кооперації, приватними пекарнями тощо.

Відповідно до офіційної статистики динаміка обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні має стійку тенденцію до спаду (якщо у 2003 році

було виготовлено 2335 тис. т, то у 2008 році тільки 1978 тис. т, а у 2010 році – 1807 тис. т)²⁶⁸. Але, необхідно врахувати, що значна частка хліба та хлібобулочних виробів виробляється малими підприємствами, які працюють на єдиному фіксованому податку та не звітують перед статистичними органами за кількість виробленої продукції.

На сьогоднішній день у хлібопекарній галузі сконцентровано 7 найбільших хлібних холдингів («Київхліб» займав 13,5% ринку у 2009 р.; «Донбасхліб» – 10,5%; «Холдинг «ТіС» – 6,2%; «Хлібні інвестиції» – 5,9%; «Хлібпром» – 5,8%; «Укрзернопром» – 5,7%; «Каравай» – 4%), які виробляють ідентичну продукцію та контролюють ринок хлібобулочних виробів певних регіонів. У 2009-2010 рр. більше 50% хлібобулочних виробів в Україні було вироблено даними холдингами, проте, доля ринку, яка належить трьом найбільшим компаніям, становить 30,2%²⁶⁹.

Останніми роками на фоні відносно стабільності ринку основні події розгорталися навколо провідних виробників. Так, наприклад, один із найбільших виробників хліба в країні ПАТ Концерн «Хлібпром» (м. Львів) має намір продати до 25% своїх акцій інституціональному інвесторові²⁷⁰. Очікується реприватизація найбільшого гравця ринку на ринку хліба та хлібобулочних виробів ПАТ «Київхліб».

За результатами дослідження, хлібопекарна галузь знаходиться на стадії спеціалізації. Розвиток галузі характеризується посиленням спеціалізації та продовженням агресивної консолідації. Головною особливістю розвитку ринку хлібобулочних виробів останніх років є збереження тенденції концентрації та укрупнення виробництва. Створення інтегрованих об'єднань дозволяє виробникам розширити ринки збуту готової продукції та/або сировини, оптимізувати логістику, прискорити реконструкцію підприємств за рахунок консолідації капіталу, знизити собівартість продукції і, тим самим, підвищити прибутковість виробництва. Окрім цього, поряд із концентрацією виробництва на ринку хлібопродуктів, відслідковується тенденція створення вертикально інтегрованих компаній із замкнутим циклом виробництва – від вирощування зерна, виробництва борошна до випуску та реалізації хлібобулочних виробів (ТОВ «Хліб Столиці», холдинг «Хлібні інвестиції», «Холдинг «ТіС»).

Порівняно з іншими галузями харчової промисловості, робота хлібопекарських підприємств та їх об'єднань характеризується відносною стабільністю та меншим ступенем ризикованості. Для консолідації позитивної дії факторів зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємств найбільш ефективним є використання ними механізму інтеграції, що сприяє побудові закінчених технологічних ланцюгів, забезпеченню координації обсягу продаж, зниженню затрат на одиницю продукції, зростанню продуктивності праці тощо. Інтеграція водночас впливає на підвищення життєздатності підприємств, отримання ними фінансової стабільності, зниження рівня невизначеності у постачанні та збуті продукції, зміцнення позицій об'єднання підприємств на ринку даного виду товарів і послуг, диверсифікацію виробництва для зниження ризиків.

²⁶⁸ Статистичний щорічник України за 2010 рік [під ред. О.Г. Осауленка]. – К.: ТОВ «Август Трейд» – 2011. – 560 с., с. 117

²⁶⁹ Обзоры и отраслевые рейтинги //ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. – 2009. – № 3-4. – С. 70-76; ТОП-100. Лидеры бизнеса Украины – десять лет развития экономики Украины. – 2010. – май. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://gorizontmedia.com.ua/lang/ru/izdatelstvo/top-100-lidery-biznesa-ukrainy/>

²⁷⁰ ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. – 2011. – № 2, С. 105

Необхідно зазначити, що у хлібопекарській галузі найчастіше ініціатором інтеграції виступають: по-перше, хлібопекарні підприємства (горизонтальна інтеграція – для посилення ринкової влади, захоплення та/або утримання ринків збуту; вертикальна інтеграція – з метою доступу до ринків агросировини та/або ринків збуту готової продукції); по-друге, борошномельні підприємства (вертикальна інтеграція – для розширення ринку збуту продукції (борошно), вихід на ринок хліба та хлібобулочних виробів); по-третє, сільгоспвиробники зерна (вертикальна інтеграція – з метою розширення ринку збуту сільгоспировини, вихід на ринок хліба та хлібобулочних виробів).

Олійно-жирова галузь України є однією із провідних в агропромисловому комплексі країни. У структурі експорту харчової та переробної промисловості продукція олійно-жирового комплексу займає майже 50%, а в загальних обсягах експорту АПК – близько 39% (включаючи насіння олійних культур), зокрема – олія соняшникова 23,4% (2,4 млрд.дол.США) за 2010р.²⁷¹

Олійно-жирова галузь виробляє олію, маргарин, майонез тощо. Сировиною для неї є соняшник, ріпак, соя, кукурудза, ріцина. Близько 90% олії виробляють із соняшнику. Підприємства галузі розміщені переважно у районах вирощування цієї культури (55% переробних потужностей сконцентровані в центрах зон вирощування соняшнику; 35% – в припортових регіонах; 10% – в інших регіонах). Найбільше їх – у Дніпропетровській, Донецькій, Луганській, Кіровоградській областях.

Виробництвом олійно-жирової продукції в Україні займаються 1200 суб'єктів господарювання. При цьому галузь характеризується досить високою концентрацією. Більше 90% олійно-жирової продукції виробляється на 25 спеціалізованих підприємствах великої та середньої потужності, а також на підприємствах малої потужності регіонального значення.

Всі підприємства олійно-жирової галузі можна умовно розділити на 3 групи. До першої групи належать спеціалізовані підприємства, основною продукцією яких є рослинна олія – олійно-жирові комбінати. Крім олії, вони також можуть виробляти й іншу олійно-жирову продукцію. До другої групи відносять дрібних виробників рослинної олії – олійниці в компаніях, для яких виробництво рослинної олії не є основним видом діяльності, або олійниці, що працюють автономно. Третю групу становлять виробники олійно-жирової продукції – маргаринові заводи, миловарні комбінати.

Олійно-жирова галузь України характеризується зростанням рівня завантаженості виробничих потужностей, модернізацією обладнання, впровадження сучасних ресурсозберігаючих технологій, розширенням асортименту продукції, підвищенням її конкурентоспроможності, а також процесами злиття та поглинання великими, переважно іноземними компаніями, невеликих вітчизняних виробників. За останні роки функціонування олійно-жирова галузь характеризується зростанням ефективності як у межах окремих складових єдиного технологічного ланцюга (сільськогосподарські формування та переробні підприємства, заготівля, оптова та роздрібна торгівля), так і у виробничих відносинах між ними. Виробники насіння соняшнику та переробні підприємства посилюють зв'язки до появи нових цілісних

²⁷¹ Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> , Офіційний сайт УкрНДІОЖ УААН [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.fatol-kharkov.com/index.php>

властивостей в системі, зміні структури інтегрованої системи.

Аналізуючи інтенсивність концентрації в олійно-жировій галузі, слід зазначити, що в цілому її величина є характерною для ринку олігополії. Розподіл ринкових часток між провідними виробниками галузі наступний: холдинг «Кернел Груп» утримує 30,2% ринку; компанія «Бунге Україна» – 22,51%; холдинг «Зерноторгова компанія Олсідз Україна» – 7,99%; Запорізький ОЖК – 6,13%; БАТ «Креатив-Груп» – 5,34%²⁷².

Якщо розглядати лідерів ринку та проаналізувати частки ринку, які належать провідним виробникам олійно-жирової галузі, слід відмітити, що значні конкурентні переваги в галузі мають компанії з вертикально інтегрованою структурою виробництва. За рахунок власної системи елеваторів, сільськогосподарських підприємств, торгових домів інтегровані об'єднання досягають замкнутого виробничого циклу, економії витрат та раціонального управління фінансовими потоками. Додатковими перевагами є розташування у спеціальних економічних зонах та на територіях пріоритетного розвитку, а також співпраця з іноземним партнером. До вертикально інтегрованих компаній слід віднести холдинг «Кернел Груп», агрохолдинг Bunge, холдинг «Зерноторгова компанія Олсідз Україна», БАТ «Креатив-Груп».

Перших три провідних виробників олійно-жирової галузі контролюють 60,7% загального ринку, що дозволяє віднести олійно-жирову галузь до 3 стадії консолідації галузі – стадії спеціалізації. Дана стадія характеризується масштабними консолідаціями, метою яких є створення в галузі глобальних компаній, отримання економічної вигоди за рахунок економії на масштабах, розміру отриманої ринкової частки, оптимізації витрат.

Укрупнення та перерозподіл сфер впливу в олійно-жировій галузі сприяють зменшенню кількості переробних підприємств, які поступово поглинають менш захищених виробників. Інтеграційні процеси за своєю унікальністю, високою потенцією та універсалізмом в умовах ринкових перетворень поглиблюються та набувають галузевого й територіального поширення. Так, у лютому 2010 року відбулося чергове поглинання на ринку олійно-жирової продукції: холдинг «Кернел Груп» придбав 37,6% активів компанії «Олсідз Україна» (Allseeds); у 2011 році відбулося придбання оліяекстракційного заводу в Іллічівську. Розширення інтегрованого об'єднання дозволило отримати конкурентні переваги та збільшити частку ринку за рахунок збільшення виробничих потужностей по зберіганню та переробці соняшника (загальна продуктивна потужність по переробці насіння соняшнику збільшилася до 2,6 млн. тонн в рік), виробництву олії, оптимізації транспортних потоків, що призвело до зменшення накладних витрат та збільшення прибутків.

Крім того, з метою диверсифікації бізнесу та виходу на новий ринок, у 2011 році холдинг «Кернел Груп» за 42 млн.дол.США придбав 71% акцій одного з провідних гравців на ринку цукру – компанії «Укррос», що дозволило компанії подвоїти свої сільськогосподарські активи (збільшити на 90 тис. г сільськогосподарські угіддя), отримати цукрові заводи загальною потужністю переробки 2 мільйони тонн цукрового буряка в рік.

²⁷² Офіційний сайт УкрНДОЖ УААН [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.fatoil-kharkov.com/index.php>

До складу молокопереробної галузі входять маслоробна, сироробна, молочноконсервна підгалузі, а також виробництво продукції з незбираного молока. Ринок молочної продукції в Україні динамічно розвивається. Однак за період 1990-2010 рр. діяльність молокопереробних підприємств характеризується рядом кризових тенденцій, пов'язаних, насамперед, із наростаючим дефіцитом сировини, зростанням цін на молочну продукцію при одночасному зниженні платоспроможного попиту населення, формуванням несприятливої кон'юнктури світового ринку молокопродуктів.

Основною проблемою сталого розвитку молокопереробної галузі являється нестача якісного молока-сировини. Через скорочення поголів'я корів у всіх категоріях господарств та зменшення продуктивності корів виробництво молока-сировини має стійку тенденцію до зниження. Проте, необхідно зазначити, що виробництво молока у 2010 р. залишилося рентабельним, порівняно з 2009 р., прибутковість його помітно підвищилася – з 1,4% до 17,7%. Переробні підприємства залишаються основними партнерами сільгоспдприємств, так як їх частка у загальному обсязі продажу молока склала 92,7%.

Переробкою молока на Україні займається більше 300 підприємств, проте майже 80% ринку контролює 50 заводів, значна частина яких входить до складу великих холдингів. Експерти вважають, що криза посилить їх вплив, оскільки дрібні та середні виробники будуть вимушені покинути ринок. Вітчизняний ринок молочної продукції характеризується помірною консолідацією (фактично десять компаній утримують майже 60% ринку) В той же час, частки ринку провідних виробників не перевищують 6-9%.

На сьогодні найбільш впливовими на українському молочному ринку є наступні компанії: Юнімilk Україна, що контролює майже 9% ринку; Милкиленд-Україна, частка ринку якого складає близько 7,5%; Вімм-Білл-Данн Україна з часткою ринку практично 6%. У 2009-2010 рр. сумарна частка трьох найбільших компаній галузі на ринку становить 22%, минулими роками року перша трійка гравців контролювала 20-21% ринку²⁷³.

За трійкою лідерів йдуть такі виробники, як ПрАТ «Геркулес», Західна молочна група, Лакталіс-Україна (Lactalis Group), Рейнфорд, Галичина, комбінат Придніпровський, група Danone, холдинг Молочний альянс.

Аналізуючи тенденції концентрації на українському молочному ринку необхідно відмітити наступне: у 2007 році французька компанія Lactalis придбала українську компанію «Фані» приблизно за \$40-45 млн., у 2009 році британський Monteforte Holding Ltd придбав у кіпрської компанії Ukrfunding Ltd 95,7% акцій Канівського маслосирзаводу (КМСЗ, Черкаська обл.), що входить в корпорацію «Клуб сиру».

Сьогодні на ринку молочної продукції спостерігається активізація процесів

²⁷³ Исакова Д. На украинском рынке молочной продукции грядет активизация сделок M&A / Дария Исакова // «Инвестгазета» . – 2010. – № № 25. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.investgazeta.net/archive/770/>; Молочные братья. Обзор украинского рынка молока. Исследования компании PR-Service. RUSSIAN FOOD&DRINKS MARKET MAGAZINE [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.foodmarket.spb.ru/archive.php?year=2010&article=1343§ion=4>; Мониторинг развития рынка молока та молочных продуктов Украины / Спілка молочних підприємств України. За ред. Бутенко М.І. – V випуск. – К., 2010. – 100 с.; Обзоры и отраслевые рейтинги //ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. – 2009. – № 3-4. – С. 70-76.; ТОП-100. Лидеры бизнеса Украины – десять лет развития экономики Украины. – 2010. – май. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://gorizontmedia.com.ua/lang/ru/izdatelstvo/top-100-lidery-biznesa-ukrainy/>

консолідації активів, злиття, що сприяє зростанню ступеня концентрації. У червні 2010 року французька група Danone, відомий виробник молочної продукції у світі, оголосила про злиття свого бізнесу в СНД з виробником аналогічної продукції – компанією «Юнімілк», це дозволить Danone стати найбільшим в Україні та Росії молочним холдингом з річним оборотом 1,5 млрд. євро, доля об'єднаної компанії на ринку молочних продуктів в Україні складе 12,2%, в Росії – близько 21%. У кінці року «Юнімілк» та Danone завершили злиття молочних бізнесів в Росії, в Україні, в Казахстані та Білорусії. «Юнімілк» контролюють в об'єднаній компанії 42%, Danone – 58%²⁷⁴. Мають намір об'єднатися компанії «Галичина» та «Західна молочна група»; компанія «Милкиленд-Україна» заявляла про намір продати Європейському банку реконструкції та розвитку 25% своїх акцій; розширити свою присутність на ринку, шляхом придбання молочних заводів в Україні, має намір російська компанія «Вімм-Білль-Данн».

Об'єднання молокозаводів зумовлене об'єктивними вимогами ринку, що дає можливість розширити межі ринку, поглибити спеціалізацію та забезпечити суттєве зниження собівартості продукції. Процеси стабілізації в молочному виробництві, збільшення обсягів виробництва молока-сировини та покращення його якості не можливе без розвитку крупнотоварного виробництва за рахунок залучення інвестицій від молокопереробних холдингів (для розвитку власних молочних ферм) та крупних аграрних холдингів. Саме тому, на нашу думку, інтеграційні процеси у молочній галузі повинні бути спрямовані не тільки на збільшення концентрації (горизонтальна інтеграція), а й для розвитку аграрної сфери з метою розв'язання сировинної проблеми (вертикальна інтеграція для створення власної сировинної бази).

Кондитерський ринок в Україні – один із найпривабливіших та таких, що динамічно розвивається. Проте, необхідно зазначити, що розвиток ринку став помітно уповільнюватися вже в 2008 р. – характерні для 2003-2005 рр. 40-50% зростання змінилися на 15-18%.

Показники роботи кондитерського ринку говорять про те, що спостерігається позитивна динаміка виробництва. За даними Держкомстату, в 2010 р., в порівнянні з 2009 р., обсяги виробництва основних видів солодощів збільшилися на 2%, до 1017,6 тис. т. По обсягах виробництва борошняні кондитерські вироби у 2010 р. зайняли перше місце в структурі виробництва кондитерських виробів. Випуск цієї продукції склав 418,9 тис. т, що більше показників 2009р. на 17,4 тис. т (4,25%). Виробництво шоколаду та інших продуктів із вмістом какао зросло з 205 тис. т у 2003 р. до 349 тис. т у 2010 році. Проте, спостерігаються негативні тенденції у виробництві кондитерських виробів з цукру, включаючи білий шоколад: якщо в 2007 р., у порівнянні з попереднім роком, виробництво цих кондитерських виробів збільшилося на 6,1% (до 256 тис. т), то в 2010 р., у порівнянні з 2009 р., воно знизилося на 6,4% (до 249 тис. т)²⁷⁵.

Вітчизняний кондитерський ринок є насиченим та переходить у фазу якісного зростання. Саме тому останніми роками він характеризувався стабільним розподілом

²⁷⁴ Скрынник И. Молоко разлили на троих / Ирина Скрынник // Ведомости, № 71 (2837) от 21.04.2011, [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/258989/moloko_razlili_na_troih.

²⁷⁵ Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>; Кондитерський ринок: обзор и прогнозы. РБК-Украина. Исследования рынков. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://marketing.rbc.ua/news/03.06.2011/4335>

позицій серед великих виробників – лідерів кондитерського ринку: корпорація Roshen, група Конті, корпорація «Бісквіт-Шоколад», компанія «АВК», ЗАТ «Крафт Фудз Україна» (Тростянецька шоколадна фабрика «Україна»), «Житомирські ласощі», ВАТ «Полтава-кондитер», «Світ ласощів», корпорація Nestlé Україна (Львівська кондитерська фабрика «Світоч»), які контролюють майже 90% ринку та ¼ експорту.

В період кризи великі кондитерські корпорації, завдяки налагодженому диверсифікованому виробництву, мали можливість нарощувати реалізацію продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках (утримувати та розширювати свої позиції на ринку, збільшувати свою ринкову долю на рахунок зміни структури та кон'юнктури ринку).

Ринок кондитерських виробів в Україні є висококонцентрованим. Більше 60% ринку поділено між п'ятьма компаніями: «Roshen», «Конті», «АВК», «Бісквіт-шоколад» та «Житомирські ласощі» (у 2007 році ринкова доля п'яти крупних кондитерських компаній складала 60%, в 2009 році – більше 70%, а в 2010 р. – більше 65%, при цьому перші три провідних виробника утримують близько 47% ринку). Тобто, крупні виробники посилюють свою ринкову владу, а дрібні кондитерські фабрики прагнуть займати вільні ніші в регіонах або зникають з ринку (за даними Асоціації «Укркондирпром» за останній рік призупинили виробництво Чернівецька кондитерська фабрика «Буковинка», ВАТ «Запорізька кондитерська фабрика», ЗАТ «Хмельницька кондитерська фабрика «Кондфил», ТОВ «Виробничо-комерційна фірма «Луцьккондитер»)²⁷⁶.

В кондитерській галузі більш поширеним є горизонтальна інтеграція (група Конті, корпорація «Бісквіт-Шоколад», компанія «АВК»), але спостерігаються також і тенденції формування вертикальних структур: корпорація Roshen об'єднує чотири українські фабрики (Київська, Вінницька, Маріупольська та Кременчуцька); дві виробничі площадки Липецької кондитерської фабрики «Ликонф» (Росія), Клайпедську кондитерську фабрику (Литва), а також маслomorphicний комбінат «Бершадьмолоко» та «Літинський племзавод», цукрові заводи, які забезпечують фабрики корпорації натуральною високоякісною сировиною). Також, кондитерська галузь є привабливою для інвесторів з метою конгломератної інтеграції (корпорація Nestlé, ЗАТ «Крафт Фудз Україна»).

Необхідно відзначити, що жодна вітчизняна кондитерська компанія не зможе в майбутньому інтенсивно розвиватися, якщо її продукція не буде представлена на зовнішніх ринках, а її акції не котируватимуться на світових біржах. Таким чином, в наступні роки великі гравці активно шукатимуть нові експортні ринки, а також шляхи виходу на світові фондові біржі для залучення додаткового акціонерного капіталу.

Виробництво та переробка м'яса є однією із найважливіших галузей сучасного світового агробізнесу. Велика частка доданої вартості, що отримується у сільському господарстві, припадає на м'ясо свиней, птиці, великої рогатої худоби, овець та дичини. До основних тенденцій на ринку м'яса та м'ясопродуктів у 2009-2010 роках

²⁷⁶ Кондитерский рынок: обзор и прогнозы. РБК-Украина. Исследования рынков. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://marketing.rbc.ua/news/03.06.2011/4335>; Силивончик А. Конд-удар //Бизнес. – 2010. – № 31(914). – С. 72-74.

слід віднести наступне²⁷⁷.

Збереження негативної тенденції щодо зменшення в усіх категоріях господарств поголів'я великої рогатої худоби при одночасному збільшенні поголів'я свиней.

Виходячи із ресурсного наповнення внутрішнього ринку у 2010 році споживання м'яса на одну особу, за даними Держкомстату, склало 52 кг на рік, що на 4,6% більше ніж у 2009 році. За рахунок власного виробництва забезпечувалось близько 86,1% споживання, решта – за рахунок імпорту²⁷⁸.

Зниження купівельної спроможності населення відобразилося на діяльності м'ясопереробних підприємств. До 2008 року обсяги виробництва та споживання ковбас збільшувалися на 15-18% в рік. Потім зростання змінилося спадом (у 2009 році виробництво ковбасних виробів становило 272,2 тис.т, що склало 81,1% від виробництва у 2008 році). Посилювали негативні тенденції дефіцит сирого м'яса на ринку. В результаті, за 2009 рік більше 30 м'ясопереробних підприємств закрилося, а значна частина знаходиться на межі закриття.

Проте, необхідно зазначити появу позитивних тенденцій у виробництві та переробки м'яса. Так, за підсумками 2010 р., проти попереднього року, збільшено виробництво підприємствами м'ясної галузі в цілому на 6,8%. Спостерігається позитивна динаміка у виробництві окремих груп продуктів: у 2010 р., у порівнянні з 2009 р., відбулося зростання обсягів виробництва напівфабрикатів м'ясних, включаючи з м'яса птиці (на 30,6%), продуктів готових та консервів з свинини (на 7,4%), ковбасних виробів (на 2,5%). Такі тенденції спостерігаються як в цілому по Україні, так й по регіонах.

До негативних тенденцій розвитку м'ясної галузі останніх років необхідно віднести значне зниження виробництва продуктів готових та консервів з яловичини та телятини: так, у 2010 р. виробництво даної групи склало 3,9 тис.т, що на 25,0% менше, ніж у минулому році, та в 4,5 рази менше, ніж у 2005 р.

За даними²⁷⁹ до лідерів галузі слід віднести м'ясокомбінат «Ювілейний», ВАТ «М'ясокомбінат Ятрань», ТОВ «Черкаська продовольча компанія», ЗАТ Луганський м'ясокомбінат, ПАТ Мелітопольський м'ясокомбінат, корпорацію «Глобіно» (ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»), м'ясну фабрику «Фаворит», ПАТ «Кременчук'ясо». Концентрація ринку, що представлена як сумарна частка трьох найбільших компаній галузі на ринку, складає майже 30%, що дозволяє віднести галузь до стадії спеціалізації.

Вітчизняний ринок м'яса по м'ясопродуктів демонструє стабільність курсу на консолідацію та зміцнення позицій лідируючих підприємств. В Україні близько 84% національного об'єму м'ясопродуктів виробляються 35 підприємствами – їх кількість складає близько 16% від загального числа усіх виробників, що працюють на ринку. Незважаючи на скорочення загальної кількості операторів загальні об'єми виробленої

²⁷⁷ [Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>; Підтримка українського експорту. Офіційний сайт Міністерство економіки України. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/3677.html>

²⁷⁸ Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

²⁷⁹ Обзоры и отраслевые рейтинги //ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. – 2009. – № 3-4. – С. 70-76; Рынок мяса Украины //Мясное дело. – 2010. – № 2. – С. 16-25;

ТОП-100. Лидеры бизнеса Украины – десять лет развития экономики Украины. – 2010. – май. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://gorizontmedia.com.ua/lang/ru/izdatelstvo/top-100-lidery-biznesa-ukrainy/>

продукції продовжують рости – як і число нових компаній, що з'явилися на ринку (у 2010 р. близько 5% від загального складу працюючих компаній складали новачки)²⁸⁰. Серед перешкод швидкому відновленню виробництва м'яса та м'ясопродуктів можна назвати слабку сировинну базу, як результат значного скорочення поголів'я за минулі роки, нерациональність структури розподілення поголів'я за категоріями господарств, відсутність чіткого контролю над рухом м'ясної сировини усередині країни, поточну високу процентну ставку за кредитами на українському ринку за необхідності значного оновлення матеріально-технічної бази та впровадження сучасних технологій виробництва на підприємствах.

Для подолання зазначених негативних тенденцій підприємствам галузі необхідно впроваджувати вертикальні інтеграційні стратегії для створення власної надійної сировинної бази, зосереджувати зусилля у найбільш вигідному для себе секторі з метою збереження або збільшення частки ринку, позбавлятися від неефективних або дублюючих підрозділів для зниження витрат.

Птахівницьку галузь в Україні впевнено можна назвати однією із найуспішніших та найприбутковіших вітчизняних галузей сільськогосподарського спрямування. В Україні курятина складає більше двох третин від загального обсягу виробництва м'яса в країні.

Так, на 1 січня 2010 року, порівняно з аналогічною датою попереднього року, відмічалось збільшення поголів'я птиці на 7,3%, в основному за рахунок сільгоспідприємств. Протягом 2010 року зросло загальне поголів'я птиці всіх видів – на 6,5% (на 12,4 млн. голів), у т.ч. у сільськогосподарських підприємствах – на 10,2% (на 10,2 млн. голів), у господарствах населення – на 2,4% (на 2,2 млн. голів). На початок 2011 р. в аграрних підприємствах переважна частина (97% птиці всіх видів) утримувалась товаровиробниками із чисельністю понад 50 тис. голів (191 підприємство, або 26%).

У 2009 році, порівняно із попереднім роком, спостерігалось збільшення виробництва м'яса та субпродуктів свійської птиці свіжих чи охолоджених – на 14,0% та морожених – на 6,2%. Позитивна динаміка виробництва зберігається протягом 2010 року: відбулося зростання обсягів виробництва, у порівнянні з 2009 р., м'яса та субпродуктів свійської птиці свіжих чи охолоджених (на 6,2%) та морожених (на 2,2%), напівфабрикатів м'ясних, включаючи з м'яса птиці (на 30,6%), продуктів готових та консервів з м'яса свійської птиці (на 3,2%)²⁸¹.

Для українських промислових виробників м'яса бройлерів внутрішній ринок є стратегічним і залишатиметься таким найближчим часом. Досягнувши певного насичення ринку з урахуванням очікуваного збільшення внутрішнього споживання, крупнотоварні виробники м'яса птиці концентруються на зниженні собівартості з метою отримання конкурентних переваг порівняно із продукцією провідних світових виробників курятини. Домашнє виробництво птиці не може конкурувати з вітчизняними промисловими підприємствами, оскільки промислове виробництво виграє за ціною та може забезпечити стабільну переробку м'яса птиці.

²⁸⁰ Складчиков В. Рынок мяса Украины / Виктор Складчиков // Мир Продуктов. – 2011. – № 5 (74); Складчиков В. Мясная отрасль в Украине: итоги полугодия / Виктор Складчиков // Мир Продуктов. – 2011. – № 6 (75)

²⁸¹ Обзоры и отраслевые рейтинги //ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. – 2009. – № 3-4. – С. 70-76; ТОП-100. Лидеры бизнеса Украины – десять лет развития экономики Украины. – 2010. – май. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://gorizontmedia.com.ua/lang/ru/izdatelstvo/top-100-lidery-biznesa-ukrainy/>

Однак, що стосується вітчизняного ринку бройлерного м'яса, тут очевидно є структуризація ринку, на якому сформувалися й беззаперечні лідери: ВАТ «Миронівський хлібопродукт» (ТМ «Наша Ряба») та ЗАТ «Комплекс «Агромарс» (ТМ «Гаврилівські курчата»), які утримують 70% ринку м'яса птиці. Наступний гравець на ринку м'яса птиці – Агропромислова корпорація «Дніпровська» (ТМ «Знатна курка») з долею ринку 7%. Загальна консолідація ринку м'яса птиці складає 77%²⁸².

Темпи зміни в підгалузі дозволяють стверджувати, що вона перейшла зі стадії зростання у стадію спеціалізації. Це також підтверджується тим, що лідери галузі є вертикально-інтегрованими компаніями з повним циклом виробництва: вирощують аграрні культури для забезпечення власних комбикормових заводів, утримують підприємства, що об'єднують потужності всього технологічного ланцюга виробництва м'яса птиці: від яйця до дорослого птаха та кінцевого продукту, здійснюють реалізацію продукції у власній фірмовій мережі.

Дуже привабливою є вітчизняна пивна галузь. До 2007 року на українському ринку пива спостерігалися найбільші темпи росту у Європі – щорічно попит збільшувався на 15-20%. Проте, в наслідок поступового насичення ринку, темпи зростання продажів зменшувалися: у 2007 р. – до 12%, в 2008 р. – 5-6%. З 2001-го по 2008 рік об'єм ринку пива збільшився у 2,4 рази – до 320 млн. дал. У 2009 р. свої корективи ввнесла криза: за даними асоціації «Укрпиво», обсяги виробництва склали 300,5 млн. дал – на 6,2% менше, ніж у 2008 році. Місткість внутрішнього ринку пива скоротилася іще істотніше: на 7,4% – до 265,3 млн. дал. У 2010 році галузь відновила зростання: було вироблено 310 млн. дал пива, що на 3,2% більше в порівнянні з 2009 роком. Проте, за 8 місяців 2011 року виробництво пива в Україні знизилося на 2% (до 221,4 млн дал) в порівнянні з обсягами, що були виготовлені за аналогічний період 2010 року (225,6 млн дал). За прогнозами експертів ПАТ "Укрпиво", за підсумками 2011 року виробництво пива виросте максимум на 1-1,5%, до 313-315 млн дал. В цілому за десять років роботи пивоварам вдалося підняти виробництво пива практично втричі та вивести споживання хмільного напою в Україні з 20 л до 60 л на душу населення.

Проте, необхідно зазначити про появу негативних тенденцій на ринку пива.

По-перше, відмічається зниження обсягів експорту пива при одночасному зростанні імпорту. Зростання обсягів імпорту пива з Німеччини, Бельгії, Чехії, Росії, Білорусі можна пояснити значним зниженням ввізного мита на після вступу України до СОТ²⁸³.

По-друге, залежність пивоварної галузі від імпоротної сировини, що автоматично прив'язує собівартість виробництва до валютного курсу. Потреби українських виробників у хмелі забезпечуються вітчизняною продукцією в середньому на 20% . Також галузь потребує якісного солоду (потреба складає 120 тис. т на рік). Одним із шляхів розв'язання проблеми нестачі сировини та зменшення залежності від постачальників тари – є створення вертикально-інтегрованих структур (наприклад,

²⁸² ТОП-100. Лидеры бизнеса Украины – десять лет развития экономики Украины. – 2010. – май. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://gorizontmedia.com.ua/lang/ru/izdatelstvo/top-100-lidery-biznesa-ukrainy/>

²⁸³ Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>; Пиво України. Об'єдинений портал пищепрома України [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrbeer.kiev.ua/>

структура корпорації «Оболонь» сформована під впливом стратегії розвитку, що направлена на диверсифікацію виробництва, перехід на сировину власного виробництва, інноваційний підхід, абсолютну екологічну безпеку та повну соціальну відповідальність).

Карта власності пивоварної галузі вже сформувалася. Вітчизняний ринок постійно контролюють чотири компанії: «САН ІнБев Україна», що належить бельгійській InBev – найбільшій пивоварній компанії у світі; корпорація «Оболонь»; «Славутич», Carlsberg Group, що знаходиться у власності Carlsberg Breweries. Четверту позицію до 2007 року займала донецька група «Сармат», проте за 2007-2008 рр. «Сармат» втратив більше 4% ринку²⁸⁴.

Четвірка лідерів ринку не залишає шансів регіональним пивоварням та міні-пивоварням, що виробляють живе пиво за унікальними рецептурами. Якщо до 2000 року регіональні компанії утримували близько 20% ринку, то за підсумками 2008 року їх частка ринку скоротилася до 4%.

Консолідація галузі відбувалася наступним чином. У 2004 році на ринку пива відбулося злиття бельгійської компанії Interbrew й Бразильської AmBev та створення пивного холдингу InBev (на українському ринку компанія «САН ІнБев Україна»). В 2007 році Мелітопольський, Запорізький, Лисичанський та Криворізький пивоварні заводи об'єднуються в «Українську пивну групу» (УПГ), яка виставлена на продаж у 2009 році. У 2008 році міжнародний холдинг SAB Miller викупив у СКМ пивоварний завод «Сармат»; Baltic Beverages Holding в Україні перейменована у «Славутич», Carlsberg Group у зв'язку з консолідацією групою Carlsberg пакету акцій Baltic Beverages Holding.

За підсумками 2007 року 94% ринку, припало на ЗАТ «Оболонь» (26,2%), групу компаній «Сармат» (13,2%), компанію «САН Інтербрю Україна» (35,8%) і Baltic Beverages Holding (18,8%). Концентрація у пивоварній галузі зростає та досягла значних розмірів: так, у 2007/2008 роках 81% ринку контролювали три компанії «САН ІнБев Україна» (36%), «Оболонь» (26%) та «Славутич», Carlsberg Group (19%), то у в 2009/2010 рр. їх частка досягла 92%. Це дозволяє стверджувати, що пивоварна галузь України знаходиться на стадії рівноваги та альянсів. На цій стадії можливість поглинання дуже обмежується, відбувається консолідація майже рівних компаній або створення альянсів.

Бурякоцукрова галузь є однією із стратегічно важливих галузей харчової промисловості України, об'єднує в собі виробників насіння, цукрового буряку, насінневі заводи, цукрові заводи та сервісні підприємства. Кінцевим продуктом цього агропромислового підкомплексу є цукор в асортименті, а також побічна продукція – меляса (патока), жом, вапно.

На початку 1990-х рр. цукрова галузь мала значний виробничий потенціал. В Україні налічувалося 190 цукрових заводів, які виготовляли майже 13% світового виробництва цукру з цукрових буряків, при цьому щорічно переробляючи понад 40 млн. тонн цукрових буряків. Проте, в 2008-2009 маркетинговому році частка України в загальносвітовому виробництві цукру становила вже тільки 0,8%, бурякового цукру

²⁸⁴ Пиво України. Об'єднаний портал пищепрома України [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrbeer.kiev.ua/>; ТОП-100. Лідери бізнеса України – десять лет развития экономики Украины. – 2010. – май. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://gorizontmedia.com.ua/lang/ru/izdatelstvo/top-100-lidery-biznesa-ukrainy/>;

– 3,7% (в 2000-2001 маркетинговому році частка була 1,19% та 3,6% відповідно)²⁸⁵.

Проте, спостерігаються деякі ознаки поступового процесу стабілізації в галузі. Вплив світових тенденцій в 2009-2010 роках, що викликало підвищення цін на цукор більш ніж в 2 рази, нарощування обсягів виробництва в харчовій промисловості спонукає виробників до збільшення площ вирощування цукрових буряків та виробництва цукру. Отже, бурякоцукрова галузь країни має реальні шанси відновити свою позиції як на внутрішньому, так і на світовому ринку.

Серед негативних тенденцій розвитку галузі також необхідно зазначити відставання від країн ЄС щодо розвитку національного насінництва цукрових буряків: зруйнована система насінництва; невідповідно зростає доля насіння іноземної селекції (до 70% площ висіваються насінням іноземної селекції), що може загрожувати продовольчій безпеці держави.

В зв'язку зі зміною ситуації на зовнішніх та внутрішніх ринках цукровий бізнес в порівнянні до попередніх років стає привабливим, але ще спостерігається негативна динаміка щодо основних показників діяльності цукрових заводів в Україні: зменшується загальна кількість цукрових заводів та тривалість виробництва в середньому на один завод за сезон. Проте, намітилися тенденції покращення ефективності виробництва: збільшується вихід цукру та, відповідно, ступінь вилучення цукру з буряків, з 1 га посівних площ цукрового буряку виробляється близько 4 тонн цукру.

Стрижневі позиції в галузі утримують інтегровані цукрові компанії. У 2009 році в галузі працювало 11 інтегрованих структур. Частка їх виробництва цукру у загальнодержавному ринку склала майже 70 %.

Лідуючу позицію на ринку цукру декілька років утримує вертикально інтегрований агропромисловий холдинг «Астарт-Київ». Завдяки реалізації стратегії вертикальної інтеграції, в компанії створено повний цикл виробництва: від вирощування цукрового буряку до виробництва цукру. За результатами виробничого сезону 2009/2010 років, агропромхолдинг виробив 225 тис. т бурякового цукру, що склало майже 18% виробництва цукру в Україні та дозволило йому закріпити позицію найбільшого виробника цього продукту в країні.

Ще один з головних виробників на ринку цукру в Україні є вертикально інтегрований агропромисловий холдинг "Група компаній "Укррос", що розпочав свою діяльність з 1994 року в цукробуряковій галузі. У 2009 році відбулося об'єднання активів компаній ВАТ «Цукровий союз «Укррос» та ТОВ «Укррос-зерно», що дозволило на базі існуючого банку землі та виробничих потужностей створити ефективний вертикально інтегрований агропромисловий холдинг по виробництву сільськогосподарської продукції, її переробки та реалізації цукру. В 2010 році цукровими заводами компанії вироблено 174 тис. тонн цукру, що на 29% більше, ніж в 2009 році, та дозволило компанії утримувати майже 11% вітчизняного ринку цукру.

Третю та четверту позицію на ринку цукру України утримують ТОВ «Агропродінвест» та ТОВ «Райз-цукор», кожна з яких займає по 8% ринку цукру.

Таким чином, загальна частка трьох ведучих компаній на ринку складає близько 37%, що дозволяє віднести галузь до стадії спеціалізації.

На нашу думку, організація конкурентоспроможного цукробурякового

²⁸⁵ Офіційний сайт національної асоціації цукровиків України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.sugarua.com/ua/>

виробництва доцільна на основі створення на базі бурякосійних господарств та цукрових заводів інтегрованих формувань з входженням до їх складу фінансових, агросервісних, торговельних, обслуговуючих підприємств із застосуванням механізму забезпечення економічних інтересів всіх учасників. В цьому випадку цукрові заводи виконують функції не тільки переробних підприємств, а й здійснюють постійне забезпечення товаровиробників мінеральними добривами, технічними засобами, насінням, хімічними препаратами тощо. Завдяки їх інвестиціям вдається досягти нарощування обсягів виробництва цукрових буряків, зменшення витрат на одиницю продукції, впровадження інтенсивних ресурсозберігаючих технологій, покращення матеріально-технічного забезпечення галузі.

Розглянуті галузі харчової промисловості мають свої особливості та тенденції розвитку, сильні та слабкі сторони. Проте, Україна має всі необхідні умови для нарощування виробництва якісної продукції усіх галузей харчової промисловості: прийнятні кліматичні умови, наявність досвіду, відновлення переробної промисловості, стрімкий розвиток мереж роздрібних підприємств торгівлі, удосконалення каналів реалізації продукції, наявність кваліфікованих кадрів та відносно дешевої робочої сили.

Сучасна економіка характеризується якісними структурними трансформаціями, що викликані процесами глобалізації та інтеграції, посиленням конкуренції, яка набуває рис глобальної. Жорсткі умови конкуренції на внутрішніх та зовнішніх ринках вимагають від вітчизняних підприємств формування та розвитку конкурентних переваг на основі використання методів стратегічного управління і планування, розробки та впровадження ефективної стратегічної поведінки.

Для забезпечення ефективного функціонування в динамічних ринкових умовах суб'єкти господарювання зобов'язані постійно розвиватися, при цьому внутрішній розвиток не є гарантією успішної конкурентної позиції. Тому, створення інтегрованих структур є необхідним, якщо підприємство прагне утримувати конкурентні позиції на ринку. Конкурентні переваги інтегрованих компаній обумовлюються концентрацією контролю над стратегічно важливими сферами – фінансами, робочою силою, технологією, постачаннями сировини та компонентів, послугами й збутом. Проте підприємства повинні базувати свою інтеграційну стратегію з урахуванням особливостей відповідних консолідаційних процесів в галузі.