

Стан та перспективи розвитку підприємств харчової промисловості України

У статті розглянуто основні чинники, що перешкоджають розвитку підприємств харчової промисловості, вказано головні труднощі, з якими стикнулись підприємства у зв'язку зі вступом України у СОТ та впливом світової фінансової кризи, запропоновано можливі шляхи покращення існуючої ситуації.

Ключові слова: харчова промисловість, чинники впливу, харчова продукція.

В статье были рассмотрены основные факторы, которые препятствуют развитию предприятий пищевой промышленности, указано главные трудности, с которыми столкнулись предприятия в связи со вступлением Украины в ВТО и влиянием мирового финансового кризиса, определены возможные пути улучшения ситуации.

Ключевые слова: пищевая промышленность, факторы влияния, пищевая продукция.

This article is about main factors which prevent the development of food industry's enterprises. Principal problems of entering to WOT and world financial crisis's influence for food producers are pointed, recommendation of improvement situation in the industry are proposed.

Key words: food industry, factors of influence, food production.

Вступ. Харчова промисловість України є стратегічно важливою, оскільки підприємства цієї промисловості формують продовольчу безпеку країни. Вони забезпечують населення необхідними продовольчими товарами, витрати на споживання яких складають понад 60% загальних грошових витрат населення [2, с. 5]. У 2008 році питома вага обсягу реалізації продукції підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у загальному

обсязі промислової продукції склала 14,18% (для порівняння: питома вага легкої промисловості – 0,83%) [9].

Науковців і фахівців харчової промисловості цікавлять різні аспекти діяльності підприємств. Дослідженню питань, пов'язаних з виробництвом харчових продуктів присвятили свої роботи Л.В. Дейнеко [1, 2], А.О. Коваленко [1], Л.В. Старшинська [1], Т.Л. Мостенська [5], П. Купчак [2], С. Кваша [4], О. Сандул [7] та інші.

Однією з причин, яка змушує фахівців аналізувати стан підприємств харчової промисловості і знаходити способи підвищення ефективності їх діяльності, є вплив постійної зміни умов їх функціонування. Це й обумовлює актуальність даної статті.

Постановка завдання. Одне із основних завдань, що стоять перед підприємствами харчової промисловості – це задоволення попиту споживачів шляхом пропозиції якісних продуктів широкого асортименту. Для вирішення поставленої задачі підприємствам, особливо в нинішніх умовах, варто продумати свою стратегію розвитку. Це, відповідно, вимагає розгляду середовища функціонування підприємств харчової промисловості.

Мета статті – розглянути умови діяльності вітчизняних виробників харчових продуктів, виявити основні проблеми та можливі шляхи їх вирішення.

Результати. У 2008 році підприємства з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів реалізували продукції на 110,44 млрд. грн. та забезпечили роботою 436 тис. працівників або 13,7 % найманих працівників промисловості [9].

Загалом, протягом 2001-2007 років виробництво харчових продуктів зростало в середньому на 13% щорічно, що і дозволило забезпечити вітчизняних споживачів основними продовольчими товарами переважно за рахунок пропозиції вітчизняних товаровиробників. Попри це, нині існує потреба у імпортуванні продовольчих товарів, переважно тих видів, які відсутні у нашій країні. Серед імпортованих товарів харчової промисловості з

найбільшими обсягами імпорту: м'ясо і харчові субпродукти свійської птиці, цукор та тютюнова сировина [3].

Науковці передбачали можливість збільшення виробництва харчових продуктів вітчизняними підприємствами. Нині їх споживання населенням України знаходиться на рівні, що нижчий за рівень раціональних норм, встановлених Інститутом харчування. Така ситуація пов'язана з тим, що у більш, ніж третини домогосподарств, доходи на душу населення навіть у 2007 році були нижчі за прожитковий мінімум, встановлений законодавством. Це і дало підставу говорити про можливість зростання споживання протягом наступних 4-5 років за наявності збільшення рівня доходів населення. Винятком є споживання хлібу і хлібобулочних виробів та соняшникової олії [5, с. 10]. А так як в ринкових умовах головною рушійною силою виробництва є попит, то при наявності платоспроможного підвищеного попиту буде зростати і пропозиція з боку виробників харчових продуктів (при інших сприятливих умовах).

Крім здатності задовольняти потреби українців, харчова промисловість має експортний потенціал. У 2008 році було експортовано готових харчових продуктів на суму 2518,2 млн. дол.. США [9]. Серед негативних моментів, що перешкоджають збільшити обсяги продажу на зовнішніх ринках, науковці виділяють високу собівартість експортної продукції [7]. Враховуючи те, що населення України поступово зменшується, для підприємств харчової промисловості важливою задачею стає налагодження експорту їхньої продукції. Остання нині експортується у Російську Федерацію, Білорусь, Казахстан, Італію, Німеччину, Іспанію, Нідерланди, США, Канаду, країни Близького Сходу [7]. Згідно зі статистичними даними до товарів з найбільшими обсягами експорту відносяться: яловичина свіжа, охолоджена або морожена, олія соняшникова, цукор білий.

Незважаючи на такі, досить позитивні, значення показників діяльності підприємств харчової промисловості, у їх роботі існує ряд негативних чинників, що стримують розвиток.

У ринковій економіці на пропозицію, крім попиту та доцільності для виробника виготовляти певний обсяг продукції, також впливає обмеженість ресурсів. Особливо цей чинник значущий для підприємств харчової промисловості, оскільки при високій матеріаломісткості продукції їм доводиться задовольняти потреби у продовольчих товарах в умовах постійного зростання населення планети.

Як відомо, підприємствам з виробництва продуктів харчування постачає сировину сільське господарство. Через існуючі труднощі у вирощуванні сировини багато підприємств харчової промисловості мають проблеми із забезпеченням виробництва достатньою кількістю сировини належної якості. Внаслідок цього нині спостерігається «невідповідність продукції стандартам якості та використання при виробництві харчових продуктів добавок, замінників тощо» [5, с. 9], що погіршує конкурентоспроможність продукції підприємств, особливо на зовнішніх ринках.

До чинників, які гальмують розвиток харчової промисловості і мають негативний вплив на ефективність діяльності підприємств, крім стану сировини, належить також стан основних засобів. Попри те, що згідно зі статистичними даними у дію постійно вводяться нові основні засоби, насправді їх стан залишає бажати кращого. Як показує практика, лише незначна частина промислових підприємств здійснюють оновлення основних засобів на новому інноваційному рівні, решта, як правило, обмежується заміною зношених деталей чи зміною обладнання на аналогічне. Це підтверджують і статистичні дані, які показують, що протягом 2001-2007 років рівень інновацій не перевищував 2% у загальному обсягу інвестицій в основний капітал при значних вкладеннях в основні засоби [3]. Причиною такого стану справ найчастіше є відсутність у підприємств можливості фінансувати ефективне оновлення основних засобів. Внаслідок цього на промислових підприємствах половина обладнання використовується більше 20 років – відбувається нагромадження застарілої техніки і устаткування, що знижує продуктивність їх використання та збільшує витрати на утримання й експлуатацію. Врешті решт,

підприємства, які не використовують передове обладнання та нові технології перетворюються на аутсайдерів ринку.

Взагалі для підприємств харчової промисловості характерна низька інноваційна активність. Враховуючи те, що саме інновації є джерелом успішного розвитку, про що свідчить досвід таких країн світу як Німеччина, Японія та США, без їх здійснення підприємствам важко буде зайняти гідне місце на світових ринках. Використання ж нових знань і технологій виробництва особливо важливі у конкурентній боротьбі, оскільки дозволяють опиратись впливу зовнішніх чинників. До підприємств, які найбільше уваги приділяють інноваціям можна віднести виробників напоїв та кондитерських виробів.

Всі негативні чинники впливу на діяльність підприємств харчової промисловості особливо гостро дали про себе знати у 2008 році, коли Україна стала членом світової організації торгівлі.

З одного боку, вступ до цієї організації повинен покращити імідж нашої країни, позитивно вплинути на її інвестиційну привабливість, дати можливість підприємствам, у тому числі і підприємствам харчової промисловості, розширити ринки збуту, зменшити тарифні і нетарифні обмеження входження на ринки країн ЄС, сприяти розвитку підприємств.

З іншого боку, після вступу до СОТ, Україна сама стала більш відкритою для іноземних товаровиробників і, як виявилось, не всі вітчизняні підприємства готові до гідної конкуренції з ними. Крім того, фахівці харчової промисловості побоюються, що на внутрішньому ринку з'явиться неякісна іноземна продукція, так як Україна, на відміну від європейських країн, не так добре здатна захистити споживачів за допомогою санітарних і ветеринарних бар'єрів.

Враховуючи вищесказане, відмітимо, що вступ до СОТ по-різному позначився на підприємствах різних галузей харчової промисловості.

Ці зміни виявляються позитивними для підприємств зернової, кондитерської, алкогольної та пиво-безалкогольної галузей, олійно-жирового комплексу. Вступ до СОТ дозволяє їм збільшити обсяги експортованої продукції, оскільки

внутрішній ринок цих видів товарів насичений. Конкуренції з боку імпортерів на вітчизняному ринку вони не бояться, бо переконані в лояльності споживачів до своєї продукції [10]. Звичайно, «слабкі» виробники навіть у згаданих вище галузях зазнають певних втрат у зв'язку з недостатньою відповідністю якості продукції міжнародним стандартам, відсутності брендової продукції та передових технологій, обмеженістю існуючого у них ринку збуту. Зміни в першу чергу вплинуть на дрібні підприємства з відсутністю розробленої стратегії власного розвитку.

Досить складна ситуація склалася у виробників молочної та м'ясної продукції після вступу у СОТ. Так, представники м'ясної галузі виявилися не готові до цінової конкуренції, оскільки собівартість вітчизняного м'яса вища за імпортоване, а підприємства молочної галузі стали іще більш обмежені у придатній для виробництва сировині – молоці. Молоко, яке до вступу у СОТ відповідало українським стандартам, нині не можна використовувати навіть для задоволення потреб внутрішнього ринку [6]. Тому експерти прогнозують, що обсяги імпортованої молочної продукції можуть збільшитись на 85% [10]. Прогнозують труднощі і для виробників плодоовочевої продукції. Вразливим виявився і буряково-цукровий комплекс, підприємства якого не здатні виробляти конкурентоспроможний цукор у зв'язку з відсутністю стабільних зон буряконасіння, відсутністю енергоощадних технологій та достатньою кількістю сировини [7].

Щоб бути конкурентоздатними як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, підприємствам харчової промисловості необхідно працювати за стандартами СОТ. Це потребує значних капіталовкладень для удосконалення як основних засобів, так і сировинної бази, а тому перед підприємствами виникло питання пошуку фінансових ресурсів для здійснення необхідних інвестицій.

Вже існуючі труднощі у підприємств із фінансуванням інноваційно-інвестиційних проектів посилились у 2008 році у зв'язку зі світовою фінансовою кризою. Її вплив на економіку України став очевидним, коли у жовтні 2008 року, вперше з 2000 року, Держкомстат зафіксував падіння ВВП на

2,1%, порівняно з минулорічними показниками за аналогічний період [4, с. 4]. Фінансова криза в поєднанні з політичною нестабільністю в Україні торкнулась її економіки більше, ніж передбачалось. І хоча харчова промисловість в силу специфіки її продукції зазнала не такого жорсткого впливу, як металургійна чи хімічна, проте для її підприємств дія зовнішніх фінансових чинників виявилась відчутною. Протягом січня-жовтня 2009 року підприємствами харчової промисловості було реалізовано продукції на 99231,0 млн. грн., що погіршило підсумки роботи підприємств на 6,5 %, порівняно з цим же періодом у 2008 році [9].

Економічна криза набула соціального характеру – у 2008 році було вивільнено 77,4 тис. працівників [9]. Чисельні скорочення вплинули на рівень доходів населення. Знижена купівельна спроможність населення сприяла хоча й помірному, проте зниженню обсягів реалізованої продукції харчових підприємств у натуральному вираженні. Частина споживачів відмовилась від дорогих видів харчових продуктів, надавши перевагу дешевшим. Все це в поєднанні зі зростаючою дебіторською заборгованістю знизило платоспроможність підприємств і їх здатність до самофінансування необхідних проектів з удосконалення їх діяльності.

Що стосується кредитного фінансування, то можливість його використання також значно знизилась у зв'язку з кризою ліквідності у банківській сфері, підвищенням вимог до позичальників. Розраховувати на державне фінансування чи залучення коштів шляхом емісії цінних паперів також не приходиться. Тому, оптимальними варіантами фінансування проектів на сьогоднішній день для підприємств харчової промисловості стали лізинг та інвестиції переважно з боку іноземних інвесторів.

Підприємства харчової промисловості України, попри існуючі перешкоди у здійсненні інвестицій іноземними інвесторами, залишаються інвестиційно привабливими. У 2008 році 1,656 млрд. дол. США прямих іноземних інвестицій було вкладено у підприємства з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, що склало 20,5% від загального обсягу іноземних

інвестицій, спрямованих у промисловість України. Серед найбільших іноземних інвесторів в українську промисловість – Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Австрія, Російська Федерація, США та інші [9].

Зацікавленість інвесторів у вкладенні коштів у проекти підприємств харчової промисловості під час кризи зумовлена їх швидкою окупністю, порівняно з інвестиціями в інші галузі. Загалом, протягом 2008 року підприємствами української промисловості було залучено 8,1 млрд. дол. США (22,6% загального об'єму прямих іноземних інвестицій) [9].

Висновки. Харчова промисловість посідає важливе місце в промисловому комплексі України. Вона забезпечує населення харчовими продуктами, забезпечує робочими місцями значну частину працездатного населення, робить суттєвий внесок у бюджет країни, забезпечує надходження іноземних інвестицій.

Враховуючи вище описані проблеми підприємств харчової промисловості, що стримують їх розвиток та реалізацію експортного потенціалу, варто зробити наступний висновок. Покращити умови і збільшити ефективність діяльності підприємств харчової промисловості можна шляхом наступних дій:

1. У короткостроковій перспективі варто посилити контроль за грошовими потоками, ефективніше здійснювати управління дебіторською заборгованістю.

2. Налагодити постійну систему збору, обробки і використання інформації, об'єктом якої повинен бути споживач, його потреби і рівень доходів. Ринковий попит на певний вид продукту слід враховувати в процесі планування діяльності підприємства при визначенні обсягу виробництва.

3. Розробити ефективні стратегії подальшого розвитку підприємств, врахувавши заходи у сфері державного регулювання та прогнозовані зміни галузі. Щоб своєчасно реагувати на потреби споживачів, їм варто проводити ретроспективний аналіз і будувати економічні прогнози, науково обґрунтовуючи можливі зміни стану галузі.

4. Налагодити партнерські відносини між сільськогосподарськими підприємствами, які постачають сировину підприємствам харчової

промисловості, і останніми. Пошук компромісів між ними повинен сприяти забезпеченню виробників якісною сировиною в достатній кількості за ціною вигідною постачальнику. Вирішення цього завдання потребує врахування особливостей діяльності контрагентів в кожній галузі.

5. Розробити ефективні механізми державного захисту ринку від недоброякісної продукції з метою захисту здоров'я та інтересів споживачів. Це також дозволить зменшити обсяги тіньового обігу та захистити вітчизняних виробників.

6. Здійснювати імпорт тільки тих товарів, які відсутні у нашій країні, при цьому обґрунтовувати економічно і фінансово обсяги імпортованої продукції.

7. Удосконалити нормативну базу. В розробленні державою стандартів та відповідних нормативно-правових актів повинні приймати участь професійні організації з метою дотримання інтересів виробників. Необхідно розробляти життєздатні галузеві програми розвитку і реалізовувати їх.

8. Сприяти залученню інвестицій з метою модернізації підприємств харчової промисловості на новому інноваційному рівні.

9. Сприяти розвитку сировинної бази, переймаючи передовий досвід та реалізуючи державні програми підтримки. Особлива роль тут належить державі, оскільки без її втручання вирішити проблеми сільгосппідприємств дуже складно.

10. Заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості, повинні бути комплексними, що і забезпечить ефективність їх діяльності, збереження чи розширення їх ринку збуту.

В подальшому варто розробити рекомендації для підприємств тієї чи іншої галузі харчової промисловості, врахувавши особливості її діяльності.

Харчова промисловість потребує застосування дієвих заходів з боку держави і представників підприємств для збереження продовольчої незалежності, її позицій на внутрішньому ринку та використання нових можливостей.

Література:

1. Дейнеко Л.В., Коваленко А.О., Старшинська Л.В. Стратегія розвитку харчової промисловості України та її регіонів (областей) на період до 2015 року: Монографія / За ред. проф. Л.В. Дейнеко. – К.: РВПС України НАН України, 2004. – 212 с.
2. Дейнеко Л., Купчак П. Розвиток стратегічного потенціалу харчової промисловості України // Харчова і переробна промисловість: Щомісячний науково-виробничий журнал. – 2009. - №6(358). – С. 5-9.
3. Збірник «Промисловість України у 2001-2007 роках»: Державний комітет статистики України / За ред. Л.М. Овденко. – К.: Держаналітінформ, 2008. – 304 с.
4. Кваша С. Вплив світової фінансової кризи на розвиток аграрного сектору вітчизняної економіки // Харчова і переробна промисловість: Щомісячний науково-виробничий журнал. – 2009. - №4-5(356-357). – С. 4-7.
5. Мостенська Т. Стан та перспективи розвитку ринку продовольчих товарів в Україні // Харчова і переробна промисловість: Щомісячний науково-виробничий журнал. – 2009. - №1(353). – С. 8-12.
6. Осадчук И.В. Задачи развития оборудования для молочной промышленности // Молочное Дело. – 2008. - №8. – С. 15-16.
7. Сандул О. Економічна стратегія галузі // Харчова і переробна промисловість: Щомісячний науково-виробничий журнал. – 2009. - №1(353). – С. 4-6.
8. Сиденко В. Мир стал слишком тесен для эгоизма // Бизнес. – 2008. – №7. – С. 10-11.
9. Статистична інформація щодо основних показників соціально-економічного, демографічного розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>.
10. Чернявская И. Плата за качество // Инвестгазета. – 2008. - №6. – С. 37-40.