

THE DIRECTION OF THE CORPORATE SECTOR OF THE FOOD INDUSTRY

T. Berezyanko

National University of Food Technologies

Key words:

*Food industry
Competition in corporate
Sector
Responsible company*

Article history:

Received 11.01.2014
Received in revised form
22.01.2014
Accepted 30.01.2014

Corresponding author:

T. Berezyanko

Email:

npnuht@ukr.net

ABSTRACT

In this article it was analyzed the building process of oligopolistic market and its influence on food industry economic indicators state growth. It was investigated the impact of high-powered corporate sector to competition in the sector and the formation of specific strategies stagnation. In the article is investigated the period in longer than 10 years, are evaluated the dynamics of the level of competition in the corporate sector, the factors of influence on its nature, and also conditions for shaping of the oligopolnoy structure of the markets for the carrying out of food production. The attention paid to the development of the institutional framework in the food industry through the introduction of social and socially responsible company.

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Т.В. Березянюк

Національний університет харчових технологій

У статті проаналізовано процес зростання економічних показників харчової промисловості. Досліджено вплив потужного корпоративного сектору на конкуренцію у секторах та формування специфічної стратегії стагнації. Проаналізовано період за більш ніж 10 років, оцінено фактори розвитку конкурентного середовища, динаміку рівня конкуренції серед підприємств корпоративного сектору харчової промисловості й олігополізації ринку виробництва харчової продукції. Приділено увагу розвитку інституціональних засад у харчовій промисловості.

Ключові слова: харчова промисловість, конкуренція, структура корпоративного сектору, відповідальне підприємство.

Харчова промисловість відіграє особливу роль у вирішенні продовольчого забезпечення будь-якої країни. Україна має необхідні передумови для функціонування високорозвиненої харчової промисловості.

Зарубіжні й українські аналітики визнають, що харчова промисловість країни не реалізувала свій ринковий потенціал, що підтверджують дослід-

ження Світового банку [2, 5], експертів [6, 9] і науковців [1, 4], а також дослідження українських вчених [3, 7, 8, 11].

Незважаючи на те, що країна поступово повертає рівень самозабезпечення продуктами харчування, корпоративний сектор харчопереробного сегменту національної економіки зберігає низький рівень корпоративної культури та прозорості, динаміку конкуренції визначають специфічні ознаки.

Використовуючи метод особистого інтерв'ю серед керівних працівників і провідних спеціалістів харчових підприємств, а також експертний метод вимірювання, дослідити зміни рівня конкуренції протягом 2001—2012 років.

Динамічний розвиток харчової промисловості України привертає увагу зарубіжних інвесторів до цієї галузі економіки. Харчова промисловість займає одне з провідних місць за обсягами іноземних інвестицій. Загальне інвестування у виробництво харчових продуктів коливалось від 21 % у 2000 р., 31 % — у 2003 р. до 13,6 % в обсягах інвестування у промисловість у 2012 році. Обсяг прямих іноземних інвестицій у підприємства харчової промисловості на 1 січня 2012 р. становив 2065,7 млн. дол. США, що складає 4,2 % загального обсягу прямих іноземних інвестицій в Україну [10].

За підсумками 2012 р. обсяги виробленої продукції у галузі залишились на рівні попереднього року.

Таблиця 1. Зміна обсягів виробництва основних видів харчової продукції за 2012 рік

Сектор виробництва	Зміни, %
Цукор білий кристалічний буряковий	50,9
Овочі консервовані натуральні	20,7
Видобуток солі кухонної	11,8
Виробництво мінеральної негазованої води	9,1
Олія соняшникова нерафінована	7,6
Молоко оброблене	6,1
Вироби ковбасні	2,7
Лікери та солодкі наливки	2,1
Пиво солодове	-1,3
Продукти кисломолочні	-1,6
Вироби хлібобулочні	-2,1
Шоколад	-2,2
Напої безалкогольні	-2,9
Сир свіжий неферментований, кисломолочний	-3,3
Масло вершкове	-3,8
Крупи	-5,5
Соки натуральні	-5,6
Сигарети	-6,5
Спреди і суміші жирові	-8,3
Кондитерські вироби з цукру	-8,3
Води натуральні мінеральні газовані	-11,9
Соки купажовані натуральні	-12,1
Сири жирні	-13,2
Спирт етиловий неденатурований	-21,0
Горілка і спиртові напої	-21,5

Продукція сільського господарства і харчової промисловості формує значну частину українського експорту (табл.2).

Таблиця 2. Експорт та імпорт продукції харчової промисловості 2010—2012 рр. (млн. дол.США)

Показник	Зовнішньо-торговельний обіг	Експорт	Імпорт	Сальдо
Січень-грудень 2011 р.	11845,6	7444,6	4401,0	3043,6
Січень-грудень 2010 р.	9968,7	6060,9	3907,8	2153,1
Темпи змін, %	118,8	122,8	112,6	141,4

Країна поступово повертає рівень самозабезпечення продуктами харчування: у загальній вартості експортованої сільськогосподарської продукції та продовольства частка готових харчових продуктів складала 23 %. У 2011 р. експорт готових харчових продуктів з України у вартісному вимірі збільшився порівняно з попереднім роком на 14,3 % і склав 2939 млн. дол. США, у тому числі за рахунок збільшення поставок цукру — на 17,1 %, який найбільше експортувався до Російської Федерації, Казахстану, Азербайджану та Грузії. На готові харчові продукти припадає 47,7 % від загального обсягу імпорту продукції сільського господарства і харчової промисловості. Імпорт готових харчових продуктів збільшився на 20,8 % і склав 3026,5 млн. дол. США.

Харчова промисловість була піонером впровадження ринкових засад у механізм господарювання: частка державних підприємств складає лише 1,3 %. Тенденції розвитку корпоративного сектору мають специфічні ознаки: швидкість переходу на ринкові засади, стрімке нарощування інвестицій, найбільша у промисловості частка середніх підприємств і товариств з обмеженою відповідальністю, найменша частка фінансово збиткових компаній, суттєве представлення у групі найзаможніших компаній країни, продовження переходу в іноземну юрисдикцію, найбільше навантаження акцизного оподаткування, низький рівень корпоративної культури та прозорості на підприємствах.

Таблиця 3. Розвиток корпоративного сектору харчової промисловості (%)

Підприємства	1913	1995	2000	2012
Державні	4	35,2	12,4	1,1
Приватні (одноосібні)	74,7	1,0	17,5	22,9
Корпоративні (ТОВ, АТ)	15,1	63,3	55,5	68,2
Іноземні, СП	6,2	0,2	4,4	7,8
Частка у обсязі виробництва продукції				
Державні	—	50,8	23,8	8,9
Приватні (одноосібні)	—	0,0	0,3	1,2
Корпоративні (ТОВ, АТ)	—	49,2	75,5	85,6
Іноземні, СП	—	0,0	0,4	4,5

Сучасна індустрія виробництва харчової продукції країни налічує 21216 підприємств (станом на 01.01.2012) різних форм власності (табл.4). При цьому підприємства малого формату складають понад 93 %. У структурі корпоративного сектору представлена група середніх підприємств, які складають 26,7 %, тоді як вага середніх підприємств у національному господарств становить 5,7 %, у промисловості — 10,9 %.

Таблиця 4. Структура корпоративного сектору харчової промисловості (за КОПФГ) 2012р.

Напрямки харчового виробництва	АТ	ТОВ	ПП	Державні	Інші
Всього	1624	10575	4875	272	2721
в тому числі:					
харчові продукти, напої	1531	9727	4414	263	2543
сіль	3	19	5	6	7
тютюнові вироби	12	36	10	—	5
олія соняшникова і м'які суміші з вмістом олії понад 25 %	78	793	446	3	166
Відносна вага мжк, %	4,8	7,5	9,2	1,1	6,1

Харчова промисловість є не тільки завершальною ланкою виробництва харчових продуктів, а й інтегратором ефективного функціонування всього продовольчого комплексу. Але посилення на розгортання економічної кризи виглядають досить непевно порівняно зі зростанням прибутковості та значними обсягами рентабельності серед потужних підприємств корпоративного сектору. За висновками західних аналітиків, Топ 200 українських компаній («Корпорація Україна» [2]) спроможні посісти 38 місце у світі за рівнем доходу, випередивши «Самсунг».

Таблиця 5. Розподіл найпотужніших компаній у національному корпоративному секторі

Сектор економічної діяльності	Кількість компаній у ТОП 200	Виручка, млн. дол. США у 2011 р.	Рентабельність %	Прибуток, млн. дол. США
Нафта і газ	16	103883	10,2	10598
Електроенергетика	10	136012	1,5	2159
Металургія	24	263210	9,6	25295
АПК	18	76312	12,3	9401
Харчопром	23	95942	4,6	4452

За даними Держкомстату, серед великих і середніх підприємств корпоративного сектору 40,5 % отримали збиток. Найбільше прибуткових підприємств зосереджено у виробництві солоду (83,3 %), тютюнових виробів (80,0 %), молокопродуктів і морозива (71,8 %), печива (70,9 %), шоколаду та кондите-

рських виробів (70,2 %), добування солі (66,7 %), виробництво олії та жирів (65,8 %), мінеральної й солодкої води (63,5 %), пива (63,6 %). Найбільшу кількість збиткових підприємств зосереджено у секторі виробництва спирту етилового (72,4 %) та макаронних виробів (58,8 %). Збиткове сальдо отримано у секторі виробництва рибних продуктів (-8031,8 тис. грн.), виробництві борошна, крупів (-32049,7 тис. грн.) та продукції з них (-15114,7 тис. грн.), а також хліба та хлібобулочних виробів (-88320,5 тис. грн.).

Протягом досліджуваного періоду (з 2001р. по 2011 р.) відбулись суттєві зміни у рівні конкуренції в секторі виробництва продуктів харчування. Використовуючи метод особистого інтерв'ю серед керівних працівників та провідних спеціалістів харчових підприємств, а також експертний метод вимірювання, нами отримано результати зміни рівня конкуренції.

Таблиця 6. Динаміка конкуренції з різними виробниками у харчовій промисловості (2001—2011 рр.)

Конкуренція	2001	2004	2007	2008	2009	2010	2011
Тиск розвинених ринків							
сильна			+				
помірна	+					+	
слабка		+		+	+		+
відсутня							
Тиск виробників СНГ							
сильна							
помірна		+		+		+	+
слабка	+		+		+		
відсутня							
Внутрішня конкуренція							
сильна	+						
помірна		+		+	+		
слабка			+			+	+
відсутня							

Слід зазначити, що всі без винятку учасники опитування визначили рівень конкуренції нижче 100 %, а деякі ринки навіть оцінено як низькоконкурентні. Найвищі рівні конкурентності ринків зафіксовано у період з 2001р. по 2004 р. (95 %) та у 2007—2009 рр. (86—88 %), також спостерігається зворотно кореляційна залежність між рівнем консолідації та рівнем конкуренції.

Друга тенденція полягає у зниженні рівня конкурентного тиску з боку розвинених західних країн (з 54 % у 2001 р. до 34 % у 2004 р., а також з 47 % у 2008 р. до 36 % у 2011 р.) та посилення його з боку країн СНГ, включаючи випадки отримання статусу резидента або викуп прав національних підприємств (з 28 % у 2001 р. до 32 % у 2008 та 44 % у 2011 р.).

По-третє, на ринку виробництва продуктів харчування розвивається тенденція зниження конкурентного навантаження між резидентами національного ринку і, навпаки, підвищується стосовно виробників із близького зарубіжжя. Як і в попередньому випадку процес відбувається хвилеподібно: зниження у 2001 р. та 2008 р., підвищення у 2004 р. та 2011 році. З іншого

боку, найбільшого рівня експансії національного виробника харчової продукції було досягнуто у 2006—2009 рр. на ринках Росії. За оцінками інституту А.Гайдара у цей період конкурентний тиск відчували 96 % російських ринків харчової продукції. А у 2011 р. в Росії конкуренцію з боку національного виробника відчували лише 82 % ринків харчової продукції.

Таблиця 7. Динаміка рівня конкуренції серед підприємств корпоративного сектору харчової промисловості

	2001	2004	2007	2010	2011
Малі та приватні підприємства					
сильна				+	+
помірна		+	+		
слабка	+				
відсутня					
Середні підприємства					
сильна			+	+	+
помірна	+	+			
слабка					
відсутня					
Крупні підприємства					
сильна		+			
помірна	+		+		
слабка				+	
відсутня					+

Рівень збігу оцінки серед учасників опитування коливався від 87 до 96 %. У корпоративному секторі простежується тенденція зростання конкуренції у секторі малого бізнесу, стабільно високого конкурентного навантаження у середньому бізнесі та зниження конкуренції у секторі потужних виробників — лідерів економічних секторів. Піки та падіння рівня конкуренції збігаються з періодами провладних змін, а також із початком світової кризи — рівень протистояння з імпортерами знизився у 2008 році. Слід також відзначити, що практично за весь період підприємства оцінюють рівень конкуренції на національному ринку як значно вищий порівняно з зовнішніми факторами (країни Заходу та СНГ). Частка ринку з високим тиском імпорту не перевищує 15—17 %. Для харчового ринку характерні сегменти повністю підконтрольні національному виробнику, наприклад, солевидобувна промисловість.

Майже протилежна ситуація характерна для ринку харчової продукції Росії, який розглядається як найбільший реципієнт національної продукції. Протягом десятиліття на 60 % підвищився рівень захищеності російських виробників; на 38 % знижено вплив транспортних витрат. Проте цей ринок слід оцінювати як привабливий для української продукції, оскільки більш ніж на 20 % попит на продукцію залишається незадоволеним, хоча тиск потенційних конкурентів постійно зростає.

У процесі проведення інтерв'ю провідним спеціалістам і керівникам підприємств пропонувалось оцінити позитивний та негативний вплив факторів конкуренції на галузевих ринках у різні періоди часу, що дозволило сформувати загальну конкурентну карту ринку виробництва харчової продукції.

Таблиця 8. Фактори розвитку конкурентного середовища на ринках харчової продукції, %

Фактори впливу	2001	2004	2008	2011
Консолідація виробництва	30	33	20	36
Низький попит	20	20	23	18
Домовленості щодо розподілу ринків збуту та ціни	14	17	18	16
Транспортні витрати	2	2	2	2
Захист товаровиробника	2	4	2	4
Легкість виходу з ринку (неможливість повернення коштів і продажу устаткування)*	8	10	15	12
Тиск конкурентів	18	12	18	8
Вплив валютного курсу	6	2	2	4
Всього	100	100	100	100

Укладено за даними власних інтерв'ю, матеріалами «МАЗАРС», «Ернст & Янг».

У 2008 р. у графі «інші фактори впливу» значна кількість респондентів відзначила, що виникла залежність між постачальниками та споживачами у гуртовому збуті. Втрата свободи стосунків пов'язана з тимчасовим згортанням діяльності декількох великих виробників, зміною власників і перерозподілом ринків. Так, вихід лише одного виробника з економічного сегменту у Дніпропетровській обл. припинив діяльність 38 % малих і середніх господарчих структур у цьому секторі регіону. Це свідчить про низьку диверсифікованість товарних ринків. Наприклад, вихід із групи постійних споживачів твіст-оф кришки, що виробляє ТОВ «СП Мольва — Фогель та Нут», спричинило до втрати 28 % обсягів реалізації продукції підприємств ТОВ «Чумак».

Проблеми низької диверсифікації на ринках збуту та постачання, жорсткі зв'язки між учасниками промислового ланцюжка зростають із посиленням тенденцій консолідації та розвитку неофіційних домовленостей між господарчими структурами. Це типові ознаки олігополізації харчових ринків. Так, у 2011 р. 87 % учасників інтерв'ю відзначили «суттєвий» вплив означеної позиції. За кількістю згадувань вагомість цього фактора зросла у 2 рази. У 2000 р. лише 40 % підприємств звернули увагу на цей показник, у 2008 р. переважна більшість респондентів вказали на неможливість знайти для себе нових постачальників і споживачів (56 %).

Кризові явища, зниження купівельної спроможності населення незначним чином вплинуло на виробництво харчової продукції. Проте зростання виробництва та нарощування його темпів стосувалось переважно тих сегментів, які знайшли можливість розширити обсяги експорту у країни СНГ. Особливо цей процес було розгорнуто у 2007—2010 роках. На це вказують 70 % респондентів. Однак експансія на ринки СНГ, особливо Росії, викликала посилення уваги до такого конкурентного фактора, як «якість продукції», який у цей час переважав показник «довгострокові зв'язки». Значною мірою це був період використання адміністративною системою конкурентних інструментів з метою захисту національних ринків. У зв'язку з цим доцільно звернути увагу на фактори конкурентних переваг білоруської та російської продукції харчової промисловості.

Таблиця 9. Фактори конкурентних переваг (ранг)

Показник	Білорусія		Росія	
	Український ринок	Внутрішній ринок	Український ринок	Внутрішній ринок
Низькі ціни	2	1	2	4
Краща якість продукції	1	2	1	3
Дотримання графіку поставки	3	3	3	1
Вчасність розрахунків	5	4	5	2
Виконання запити замовника	4	5	4	5

Незважаючи на те, що український виробник має можливість повністю впливати на сировинну складову формули ціни, конкуренти з країн СНГ все-таки мають значні переваги і за ціною, і за якістю продукції. Особливо відчутним цей тиск став для виробників молочної продукції. У 2010 р. 42 % підприємств визнали, що рівень цін імпорту вищий за національний, а 27 % респондентів вважають, що нижчий. За рахунок неконтрольованого імпорту було скорочено на 52 % рівень виробництва й реалізації в спиртовій та лікєро-горілчаній промисловості. Аналіз, проведений консалтинговими й аудиторськими фірмами, підтверджує, що під тиском імпорту у період з 2006 р. та у період першої хвилі кризи 2008 р. виробники частіше знижували ціни на продукцію. Але у кінці 2009р. та на початку 2010 р. тиск зовнішніх конкурентів стабілізувався. Разом із тим різко зросли ціни на внутрішньому ринку — від 40 % до 300 %.

Висновки

Згідно із дослідженням Світового банку, харчова промисловість України не реалізувала свого виробничого потенціалу і виробляє лише 22 % можливого обсягу. Причинами цього є, зокрема, нормативні вимоги, які дублюють одна одну, та необґрунтовані видатки, які через них несуть підприємства. Наприклад, через непотрібне дублювання у виробництві харчових продуктів і напоїв витрати складають 10,4 % вартості товару [9].

За даними досліджень, на рівень конкуренції на національному ринку харчової продукції вплинув період стрімкої трансформації та штучного прискорення вступу до СОТ.

Викликає інтерес напрямок безконфліктного розвитку як економічного середовища у цілому, так і окремих його секторів. Реалізація цього напрямку можлива за допомогою поєднання активізації державної регуляції розвитку корпоративного сектору зі свідомим обранням шляху суспільної й соціальної відповідальності на рівні підприємства.

Література

1. *Агрпромиловий комплекс у системі зовнішньоекономічної діяльності України* / [Саблук П.Т., Фесина А.А., Власов В.І. та ін.]; за ред. П.Т. Саблука. — К.: УААН, Нац. наук. центр “Ін-т аграр. економіки”, 2005. — 242 с.

2. Гесць В.М. Про єдність і суперечності у розвитку суспільства, держави та економіки // Економіка України. — 2012. — № 11 — С. 4—23

3. Економічний простір і динаміка розвитку продуктивних сил України: теоретико-методологічні основи дослідження: наук. вид. / за ред. Б.М. Данилишина. — К.: Рада по вивч. прод. сил України НАН України, 2008. — 220 с.

4. Конкурендоздатність сільського господарства України у 2011 році // Звіт Департаменту стійкого розвитку, Світовий банк — Преприт — IFC, 2011. — 228 с.

5. Зінгалес Л., Раджан Р. Спасение капитализма от капиталистов. Скрытые силы финансовых рынков — создание богатства и расширение возможностей. — [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.twirpx.com>

6. Кваша С. Вступ до СОТ: перспективи для аграрної економіки / С. Кваша, О. Жемойда // Проблеми забезпечення дохідності агропромислового виробництва в Україні в постіндустріальний період: матеріали десятих річних зборів Всеукр. конгресу вчених економістів-аграрників. — К.: УААН, Нац. наук. центр “Ін-т аграр. економіки”, 2008. — 30 с.

7. Мостенська Т.Л. Стан і перспективи розвитку продовольчих товарів в Україні // Харчова і переробна промисловість. — 2009. — № 1. — С. 8—12.

8. Оцінка впливу на торговельну стабільність Розширеної угоди про зону вільної торгівлі між ЄС та Україною, ECORYS Research and Consulting, 2007 рік — Преприт — IFC, 2008 — 115 с.

9. Чернелевська О.Л., Чернелевська Е.Л. Харчова промисловість у контексті підвищення конкурентоспроможності економіки України — [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua>

НАПРАВЛЕННЯ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Т.В. Березянюк

Национальный университет пищевых технологий

В статье исследуются вопросы развития корпоративного сектора пищевой промышленности и формирования олигопольного формата рыночных связей. Уделено внимание стратегиям воздействия крупных корпоративных структур на конкуренцию. Исследован период за более чем 10 лет, оценены динамика уровня конкуренции в корпоративном секторе, факторы влияния на ее характер, а также условия формирования олигопольной структуры рынков производства пищевой продукции. Рассмотрены подходы институционализации в пищевой промышленности посредством введения в практику системы социально и общественно ответственного предприятия.

Ключевые слова: *пищевая промышленность, конкуренция, структура корпоративного сектора, ответственное предприятие.*