

УДК 336 (631.1)

І. О. Іртищева,

д. е. н., професор, Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв

О. Є. Гросицька,

здобувач, Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова, м. Миколаїв

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті обґрунтовано основні стратегічні орієнтири розвитку харчової промисловості України. Визначені основні стратегічні цілі державної політики розвитку галузі в умовах глобалізації.

In the article the main strategic guidelines for the development of food industry in Ukraine. The main strategic objectives of public policy development in a globalizing industry.

Ключові слова: харчова промисловість, глобалізація, місія, стратегія.

Key words: food industry, globalization, mission, strategy.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Формування цивілізованих ринкових відносин зумовлює необхідність розробки та реалізації комплексних ринкових стратегій для підприємств, спрямованих на розвиток економічного потенціалу та конкурентоспроможності і адаптованих до змін зовнішнього економічного середовища. Об'єктивна необхідність насичення продовольчого ринку продукцією вітчизняного виробництва передбачає ефективне функціонування підприємств харчової промисловості, оскільки саме від обсягу виробництва продуктів харчування, їх якості та ціни залежить не тільки рівень життя населення, але і розвиток економіки в цілому, продовольча і економічна безпека країни. Існує нагальна необхідність обґрунтування стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості в умовах глобалізації.

ОГЛЯД (АНАЛІЗ) ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженню проблем функціонування харчової промисловості в контексті глобалізаційних викликів присвячено низку наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких О. Амоша, В. Бойко, Б. Данилишин, Л. Дейнеко, Д. Крисанов, Л. Мельник, Т. Мостенська, Б. Панасюк, П. Саблук, М. Сичевський, Л. Федулова.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЗАВДАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою нашого дослідження стало обґрунтування основних стратегічних орієнтирів розвитку харчової промисловості в умовах глобалізації.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції стратегія діяльності підприємств харчової

промисловості на продовольчому ринку тісно пов'язана з проблемами сталого задоволення народногосподарських потреб та їх здатністю функціонувати в режимі розширеного відтворення. Відсутність ясності в розумінні економічних процесів, що відбуваються в продовольчому комплексі, нестача знань у царині розвитку ринку та конкуренції є причинами кризового становища його складових. Економічна реальність, з якою стикаються підприємства харчової промисловості, зумовлює до використання принципово нових підходів до організації всієї виробничої та збутової діяльності. Сьогодні не можливо досягти високих результатів діяльності без обґрунтованої стратегії розвитку, розробленої для конкретної кон'юнктури ринку. Формування ринкової стратегії підприємств харчової промисловості відбувається в умовах зростання проблем продовольчого забезпечення, посилення міжнародної конкуренції та глобалізації.

Підприємства харчової промисловості в сучасних умовах безпосередньо стикаються з такими проблемами, як фінансова нестабільність, технічна та технологічна деградація, низький рівень реалізації законодавчих гарантій прав власності та виконання контрактів, порівняно низький рівень менеджменту та адміністративного управління на всіх рівнях ієрархії управління економікою, низький рівень адаптивності до змін зовнішнього середовища, що, в свою чергу, вимагає зміни підходів до формування ринкових стратегій розвитку підприємств харчової промисловості в різних умовах.

У сучасній українській економіці найбільш стійкими є галузі, орієнтовані на задоволення базових потреб громадян. До їх числа, без сумніву, можна віднести і харчову промисловість. Дана га-

лузь з найменшими втратами пройшла кризу і з початку 2010 року вже впевнено нарощує обсяги виробництва. Необхідно відзначити, що харчова промисловість, поряд із сільським господарством, є для України саме тим двигуном, який може в майбутньому забезпечити істотне зростання ВВП і допомогти зайняти одну з лідируючих позицій на ринку продуктів харчування на світовій арені.

Підвищений інтерес для інвесторів у даному світлі представляють сегменти харчової промисловості, пов'язані з виробництвом кондитерських виробів (особливо виробництво шоколадних виробів і плиткового шоколаду). Очікується інтерес і до таких галузей: виробництво пива та напоїв в цілому, морозива, макаронних виробів, хліба та хлібопродуктів. Також мають хороші перспективи для розвитку рибна і м'ясо-молочна галузі. Однією з перешкод на шляху інвесторів є нерегульованість важливих питань у сфері законодавства.

Зокрема, вступ України до СОТ поставив перед урядом країни вирішення таких важливих питань:

- врегулювання експортно-імпортних процесів;

- важливість регулювання сфери контролю та нагляду за харчовими продуктами;

- дублювання систем контролю і нагляду в сфері контролю харчової продукції;

- гармонізація законодавчого поля в наступних галузях: харчові продукти, управління контролем, лабораторій, взаємодії зі споживачами, підготовка кадрів і пр.

Обґрунтування стратегії розвитку харчової промисловості доцільно розпочати з формування місії. Подібні дослідження проводились багатьма вченими-економістами [1; 2; 3; 4]. На нашу думку, справедливим є твердження П. Купчака, який пропонує зміст місії розвитку харчової промисловості визначити як максимально можливе забезпечення внутрішніх потреб різних верств населення у раціональному і збалансованому харчуванні відповідно до національних, релігійних традицій і звичок, віку, здоров'я, професії, економічного і суспільного стану, екологічної ситуації, сучасних уявлень про здорове харчування, а також як нарощування національного експорту готових харчових продуктів та оптимальне використання для розвитку продовольчого комплексу наявного природно-ресурсного потенціалу [5, с. 105].

Стратегічна мета розвитку підприємств харчової промисловості — це стратегічні орієнтири, реалізація яких забезпечить перехід підприємства в новий якісний стан, що відповідає інтересам його власників (рис. 1) з урахуванням потреб кінцевих споживачів. При дослідженні основних цілей підприємств харчової промисловості було визначено, що цілі можуть полягати в досягненні конкретних меж в становищі підприємства на ринку, в інноваційній активності, в прибутковості виробничої діяльності та ефективності використання ресурсів щодо продуктивності робочої сили та сти-

мулювання персоналу підприємства, в якості продукції, що випускається, в рівні соціальної відповідальності підприємства тощо. Алгоритм розробки стратегії розвитку підприємства харчової промисловості, який враховує ключові фактори, представлений на рис. 1.

Ключове місце в реалізації стратегії підприємств харчової промисловості займає розробка плану. Мета розробки плану в даному випадку — визначення можливих значень проблемних характеристик підприємства при різних варіантах динаміки зовнішніх умов і внутрішніх закономірностей його розвитку. Методи розробки плану базуються на модельній імітації динаміки розвитку підприємства при різних сценаріях зовнішніх і внутрішніх умов.

Розробка стратегічних планів пропонується проводити в три етапи. На першому етапі проводиться аналіз перспектив підприємства, завданням якого є з'ясування тенденцій, загроз, переваг, а також можливих форс-мажорних обставин, які здатні змінити сформовані тенденції. Вибір стратегії розвитку залежить від ступеня насиченості ринку і можливостей підприємства постійно оновлювати виробництво. Незважаючи на свою альтернативну принциповість, дві і більше стратегії можуть поєднуватися.

Другим етапом є аналіз позиції в конкурентній боротьбі. Його завданням є визначення того, наскільки можна поліпшити результати роботи підприємства, поліпшивши конкурентну стратегію в тих видах діяльності, якими воно займається.

Третій етап — порівняння перспектив підприємства в різних видах діяльності, встановлення пріоритетів і розподіл ресурсів між різними видами діяльності для забезпечення реалізації майбутньої стратегії.

Оскільки розвиток галузей, що виробляють продукти харчування, залежить від численних факторів, які динамічно змінюються в умовах становлення глобальної агропродовольчої системи, досить складно визначити сильні та слабкі сторони, можливості й загрози позагалузевого і внутрішньогалузевого розвитку харчової промисловості.

До найбільш вагомих зовнішніх чинників розвитку вітчизняного виробництва харчової продукції слід віднести геополітичну та макроекономічну ситуацію в світі (особливо зростання купівельної спроможності населення індокитайського регіону, яке серед інших чинників зумовило зростання цін на світовому продовольчому ринку), співвідношення валютних курсів, світову кон'юнктуру на основні продовольчі товари, темпи альтернативного використання сільськогосподарської сировини (наприклад, у виробництві біопалива в енергетиці і фарб у хімічній промисловості тощо), ветеринарно-санітарні "події", тарифну політику уряду, укладені міжнародні та міждержавні торгові угоди.

Внутрішніми чинниками є: купівельна спро-



Рис. 1. Алгоритм реалізації стратегічних цілей підприємств харчової промисловості

можність населення; урегульованість питань власності; дохідність та інвестиційна привабливість галузей харчової промисловості; умови кредитування; техніко-технологічний рівень підприємств; технічне регулювання (зокрема, стандартизація та сертифікація продукції за міжнародними правилами); невідповідність споживачів до змін, що відбуваються в агротехнологіях (особливо стосовно застосування у виробництві продовольства генної трансформації, використання ГМО в продуктах харчування та в кормовиробництві); кадрове забезпечення підприємств галузі [5, с. 106].

Підприємства харчової промисловості в сучасних умовах стали більше уваги приділяти розробці товарної стратегії, що більшою мірою відображає політику визначення асортиментної структури, сприяє збільшенню обсягів товарного виробництва та визначає свою присутність на внутрішньому споживчому ринку. Саме вони формують цінову політику та взаємовідносини з посередниками, а також сприяють у міру своїх фінансових можливостей впровадженню прогресивних торговельних та інформаційних технологій.

Перспективна проблема підприємств харчової промисловості полягає в тому, що зростання попиту на їх продукцію на внутрішньому ринку може стримуватись їх небажанням знижувати ціни в порівнянні зі світовим рівнем, а також пристосуватися до потреб внутрішнього покупця, що, в свою чергу, негативно позначається при реалізації товарної стратегії.

Процес формування товарної стратегії для підприємств харчової промисловості являє собою комплекс найважливіших взаємопов'язаних управлінських рішень. Такий процес починається з тісного взаємозв'язку глобальних та локальних цілей підприємств галузі. При розробці таких цілей підприємствами харчової промисловості визначається конкретний асортимент товарної про-

дукції, з яким воно виходить на кожен стратегічну зону господарювання.

ВИСНОВКИ

При обґрунтуванні стратегічних орієнтирів розвитку харчової промисловості інтерес представляє аналіз конкретних кроків і дій, які роблять виробничі та технічні лідери високорозвинених держав для того, щоб здійснити черговий ривок "за лідерство". Це, перш за все, стосується постійного оновлення асортименту продукції, що випускається, невпинної розробки та швидкого освоєння нових зразків виробів і одночасного нарощування продуктивності праці, підвищення гнучкості виробництва, ефективності, зниження всіх видів витрат і витрат.

Ми вважаємо, що стратегічними цілями політики держави щодо харчової промисловості повинні стати наступні:

- в економічній сфері — формування ефективної конкурентоспроможної харчової промисловості, що забезпечує продовольчу безпеку та незалежність країни, нарощування експорту окремих видів продукції та продовольства, збільшення внеску харчової промисловості в економіку країни;
- в соціальній сфері — подолання розриву в рівні життя і соціальному забезпеченні сільського та міського населення;
- в екологічній сфері — виробництво екологічно чистих продуктів харчування та створення екологічно безпечних умов для населення, тваринного і рослинного світу, збереження природних ресурсів для виробництва екологічної продукції харчової промисловості.

Література:

1. Борщевський П.П. Интенсификация производства в пищевой промышленности / Борщевський П.П. — К.: Урожай, 1989. — 136 с.
2. Данилишин Б.М. Просторова організація продуктивних сил України: мезо- та мікрорегіональний рівень / Данилишин Б.М., Чернюк Л.Г., Фащевський М.І. — Вінниця: Книга-Вега, 2007. — 572 с.
3. Дейнеко Л.В. Розвиток харчової промисловості України в умовах ринкових перетворень: проблеми теорії та практики / Дейнеко Л.В. — К.: Знання, 1999. — 331 с.
4. Сичевський М.П. Удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку харчової промисловості України: монографія / Сичевський М.П.; за ред. С.І. Дорогунцова. — К.: Науковий Світ, 2004. — 374 с.
5. Купчак П.М. Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних та глобалізаційних процесів: монографія / За ред. доктора економічних наук, професора Л.В. Дейнеко. — К.: Рада по вивч. прод. сил України НАН України, 2009. — 152 с.

Стаття надійшла до редакції 11.05.2012 р.