

# ДИВЕРСИФІКАЦІЯ І ІННОВАЦІЇ ЯК АПРІОРНІ ЧИННИКИ АДАПТАЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ДО ВИМОГ СОТ

*М. П. Бутко,*

*д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту,  
Чернігівський державний технологічний університет*

*О. О. Зеленська,*

*к. е. н., доцент, Чернігівський державний технологічний  
університет*

*А. Г. Ясько,*

*голова правління, ВАТ "Продовольча компанія" "Ясен",  
м. Чернігів*

*Загострення конкуренції на внутрішньому ринку та проблеми входу України до СОТ зараз потребують посилення уваги до диверсифікації розвитку національного промислового комплексу, особливо в галузях, які формують внутрішній ринок споживчих товарів, що і розглядається в даній статті.*

*The aggravation of the competition on the domestic market and the problems of Ukraine's entry to the WTO need now more attention to the diversity of the development of the national industrial complex, especially in branches, which form the domestic market of the consumer lines, that is viewed in this article.*

## ВСТУП

Промисловий комплекс України є провідною складовою національної економіки, фундаментом науково-технічних і технологічних зрушень, каталізатором високих темпів економічного зростання та соціальної комфортності в суспільстві.

Проте впродовж всього транзитивного періоду виробнича структура промисловості не зазнає суттєвих змін позитивного характеру і має переважно сировинний ухил, що робить галузь і економіку держави в цілому надзвичайно залежною від кон'юнктури зовнішнього ринку, стримуючи розвиток внутрішнього ринку одночасно і тим самим звужуючи національні можливості щодо розвитку економіки.

Ми не робимо висновків з того, що боротьба за ринок, — як зазначав М.І. Туган-Барановський, — являє собою найхарактерніші риси господарського життя нашої епохи. Хороший ринок — ось майже все, що треба сучасному виробнику. Ринок — це вузол, де спітаються нитки сучасного господарського життя. Ринок управляє виробництвом, а не виробництво управляє ринком, — таким є безпосереднє враження від ладу нашого господарства [1].

Наведена цитата, хоч і висловлена нашим співвітчизником ще у 1900 році і стосувалась Англії, де у цей період формувалась розвинутий капіталізм, і сьогодні вказує нам на актуальність розробки і впровадження у повсякденну практику економічного життя нашої країни ринкових інструментів.

## ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Гіпертрофована галузева структура промисловості України проявляється в тому, що більш ніж 2/3 загального обсягу промислової продукції припадає на галузі, котрі виробляють сировину, матеріали та енергетичні ресурси, тобто до того ж має високу енерго- і матеріаломісткість і низьку ефективність щодо створення валової доданої вартості [2].

Харчова промисловість, яка хоч і відноситься до галузей соціальної орієнтації, на котрі припадає 1/5 загального обсягу промислового виробництва, маючи досить потужну сировинну базу, стабільний внутрішній ринок і широкі експортні можливості, теж не демонструє випереджувальних і прогресивних тенденцій у своєму розвитку.

Саме тому при розробці довгострокової промислової політики Ук-

раїни нам слід примножувати свої переваги, а не сліпо копіювати досвід економічно розвинутих країн, а також враховувати нову геоекономічну ситуацію, яка склалася з розширенням ЄС та усуненням штучних бар'єрів в рамках СОТ. З огляду на ці внутрішні та зовнішні чинники перш за все соціально орієнтована промисловість України, особливо її харчова галузь, яка безпосередньо наближена до кордонів Європейського Союзу мають розглядатися як найбільш адаптовані секторальні сегменти для співпраці з країнами — членами ЄС, а також стати потужним гравцем багатостороннього економічного співробітництва з країнами СНД, і зокрема з Росією.

Успадкувавши досить високі позиції за рівнем розвитку науково-дослідної бази, генерації технологічних ідей, накопичених знань та конкурентоспроможної освіти, харчова промисловість України, як і більшість інших її галузей, не може реалізувати свої переваги та капіталізувати їх у додаткову вартість.

Цього можна домогтися лише через забезпечення диверсифікації розвитку вітчизняної харчової промисловості, підвищення конкурентоспроможності продовольчої продукції на вітчизняному і світових ринках та набуття іміджу надійного експортера якісних і безпечних харчових продуктів.

Незважаючи на досить глибоку теоретичну і практичну розробку цієї проблематики у наукових працях О.І. Амоші, П.П. Борщевського, В.М. Гейця, Б.М. Данилишина, О.І. Дація, А.В. Дейнеко, А.С. Лисецького, В.Є. Новицького, А.Г. Чернюк, М.Г. Чумаченка, В.І. Чижової, М.М. Якубовського та багатьох інших необхідними вбачаються подальші наукові дослідження в цьому напрямі, особливо в галузевому та регіональному розрізі. За своїм змістом вони повинні бути спрямовані, передусім, на об'єктивну оцінку потреб та використання інноваційного потенціалу підприємств, аналіз фактичного стану адаптованості виробництва до потреб ринку через його широкую диверсифікацію.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Як відомо, диверсифікація існує у 2-х основних формах:

1) розширення асортименту товарів та організація випуску нових видів продукції в межах галузі. Тобто мова йде про збільшення числа модифікацій певного виду товару, які задовольняють попит окремих груп споживачів. Це відбувається найчастіше на ринках, де існує сильна конкуренція, що якраз характерно для харчової промисловості України. При цьому за таким сценарієм можлива удана диверсифікація продукту, коли за незмінної якості частково модернізують лише упаковку, розфасовку чи дизайн і пропонують продукт як но-

вий, причому за більш високою ціною;

2) вихід за межі основного бізнесу, тобто проникнення в нові галузі чи сфери господарства. За таких обставин диверсифікація дає змогу компенсувати зниження попиту на ринку одних товарів зростанням його на інших. Завдяки цьому диверсифіковані підприємства більш стійкі та конкурентоспроможні, ніж вузькоспеціалізовані. Вони мають можливість переливати капітал у найприбутковіші галузі.

Зрозуміло, що для харчової промисловості більш прийнятною є перша форма диверсифікаційного розвитку.

При цьому диверсифікація завжди буде каталізатором продуктивних чи процесових інновацій, а останні будуть сприяти нарощуванню конкурентних переваг через розширення номенклатури продукції, що з'являється на ринку.

Тобто регіональна ринкова ситуація та високий рівень конкуренції, особливо по таких товарних групах, як хлібобулочні та кондитерські вироби, молочна та харчосмакова продукція, безалкогольні напої тощо, спонукає виробників цих товарів задля отримання конкурентних переваг активно працювати над розширенням асортименту та освоєнням нових виробів, підвищенням рівня їх якості, поліпшенням упаковки та розфасовки, а домогтися цього можна лише обравши активний інноваційний шлях розвитку виробництва.

На прикладі конкретного підприємства ВАТ "Продовольча компанія "Ясен" можна пересвідчитись, що навіть у нинішніх надзвичайно складних умовах саме диверсифікація та інновації забезпечують позитивну динаміку розвитку та високі параметри конкурентоспроможності.

Це підприємство, котре сформувалося на базі традиційного заводу продовольчих товарів радянських часів, з 2000 року обрало шлях глибокої диверсифікації виробництва задля успішного позиціонування на внутрішньому ринку, особливо на його регіональному сегменті, та нарощування експортного потенціалу.

При цьому на основу стратегії була покладена необхідність забезпечення стабільно високих темпів економічного зростання на основі гнучкого маневрування продуктивними та технологічними інноваціями в залежності від наявності власних та залучених інвестиційних ресурсів.

Послідовна реалізація цієї стратегії дозволила довести питому вагу інноваційної продукції в загальному обсязі продаж до 10%, обсяги експорту — до 13%.

В цей період в межах існуючого групового асортименту кондитерських виробів, харчосмакових продуктів, мінеральної води і безалкогольних напоїв, східних солодоців та щорічно освоювати 10—20 нових видів продукції. Водночас впродовж цього періоду введено в дію 4 нових

цехів та дільниць.

Механізовані і автоматизовані лінії: виготовлення вафель, зефіру та цукерок; лінія розливу безалкогольних напоїв, водопідготовки, фасовки продукції.

За цей період освоєно нові технології очистки і розливу напоїв, виготовлення кондитерської глазури та глазурування різних видів продукції, фасування різноманітних видів продукції (табл. 1).

Підприємство активно вивчає кон'юктуру внутрішнього ринку, а саме є активним учасником всіх галузевих і регіональних виставкових заходів, сформувало розгалужену власну фірмову мережу, має численні національні відзнаки по параметрах високої якості продукції.

Маркетингові дослідження не обмежуються лише внутрішнім ринком, а й сягають Росії, країн Балтії, Республіки Білорусь, Польщі та інших держав.

Саме завдяки глибокій диверсифікації та активному інноваційному розвитку підприємство має щорічні темпи приросту обсягів виробництва в порівнянних цінах не нижче 10%, отримує від 3 до 6 млн грн. прибутку та створює до 20 нових робочих місць.

Досвід ВАТ "Продовольча компанія "Ясен" та подібних йому підприємств харчової промисловості України свідчить, що диверсифікація та активна інноваційна політика як бінарні категорії прискорення темпів економічного зростання мають бути покладені в стратегію розвитку галузі, особливо на етапі адаптації нашої промисловості до вимог СОТ.

Проте харчова промисловість України в цілому характеризується перш за все низьким рівнем інноваційної активності, який до того ж має сталу тенденцію до зниження. Так, якщо у 1995 р. із загальної кількості підприємств цієї галузі лише 20,3%

займались інноваційною діяльністю, то в 2000 р. їх кількість скоротилася до 17,8%, у 2006 р. до 9,4%. Ці показники не йдуть в ніяке порівняння з країнами Європейського Союзу, де ці показники сягають 50—70%.

При цьому слід враховувати, що 83% інноваційної активності господарюючих суб'єктів спрямовувалося на придбання машин, обладнання та інших основних засобів, маркетинг, рекламу та інші заходи, тоді як дослідженнями і розробками, придбанням нових технологій, виробничим проектуванням для підготовки виробництва та впровадженням нових методів виробництва продукції в цілому по галузі займались лише 19—26 підприємств.

Зрозуміло, що така структура інноваційної діяльності не формує процесового підґрунтя для поглибленого функціонування диверсифікаційної моделі розвитку галузі, чим збіднюється вітчизняний ринок продовольчих товарів та послаблюються конкурентні параметри національних товаровиробників.

Підтвердженням цього є те, що у 2006 р. підприємствами харчової промисловості було освоєно 468 найменувань нових видів продукції (8 нових видів техніки та 460 видів матеріалів, виробів, продуктів), що складає 18,9% від загальної кількості нововведень по промисловості України. Водночас в галузі було впроваджено 79 прогресивних технологічних процесів, у т. ч. 35 маловідходних і ресурсозберігаючих, питома вага цих напрямів розвитку по відношенню до національного промислового комплексу складала лише 6,8% та 8,3% відповідно.

Не дивлячись на те, що продуктивні нововведення харчової промисловості реалізуються значно швидше, ніж в машинобудуванні, хімічній, деревообробній і навіть в легкій промисловості, на кожне інноваційно активне підприємство галузі в серед-

**Таблиця 1. Основні показники розвитку ВАТ "Ясен" за 2001—2007 роки**

№ п/п	Показники	Од. вим.	2001 рік	2002 рік	2003 рік	2004 рік	2005 рік	2006 рік	2007 рік	2008 р. прогноз
			1	2	3	4	5	6	7	8
1	Товарна ціна за рік в пор. цінах на 01.01.07р.	млн грн.	46,5	53,1	63,8	71,4	75,2	75,9	82,4	84,4
2	В % до попереднього року	%	130,6	114	120	112	105	100,9	109	102,43
3	Балансовий прибуток	млн грн.	3,3	4	4	5	5,5	5,9	6,05	7,8
4	Інвестиції в основний капітал	млн грн.	0,5	3,1	4,3	4	2,3	3,9	4,4	2
5	Освоєно нових видів виробів	одиниць	18	18	14	19	20	19	8	18
6	Питома вага нової продукції в загальному обсязі виробництва	%	6,6	6,9	1,9	1,6	2,3	4,2	2,2	3
7	Впроваджено:									
	— нових технологічних процесів	одиниць		1		3		4	1	1
	— механізованих і автоматизованих ліній	одиниць		1		3	2	4	1	2
	— нових виробництв	одиниць		1			1	1	1	

Джерело: Статистична звітність ВАТ "Продовольча компанія "Ясен".

ньому припадає лише по 2 нових види виробів.

Більш поглиблений структурний аналіз свідчить про те, що найбільш активними в плані здійснення інноваційної діяльності є підприємства пивоварної тютюнової та кондитерської промисловостей. Підприємства ж круп'яного, м'ясного та молочного напрямів, володіючи величезним потенціалом і займаючи домінуючі позиції в національному продовольчому комплексі, потребують активізації ділової активності, оскільки їх продукція є надзвичайно цінною і незамінною в харчовому раціоні людини.

Така апіорна загальмованість галузі в поєднанні з критичною ситуацією у сільськогосподарському виробництві створює реальну загрозу продовольчій безпеці нашої держави, особливо у зв'язку з входженням до світового торговельного альянсу.

Ще складніше ці процеси протікають у Рівненській, Тернопільській, Сумській, Хмельницькій, Черкаській, Полтавській, Львівській областях та в АРК.

Причини такого становища в значній мірі пояснюються обмеженістю фінансових ресурсів у харчових підприємств, адже рівень їх прибутковості залишається низьким. Зокрема, у 2006 році на інноваційний розвиток підприємствами харчової промисловості України було спрямовано 810,8 млн грн. або 3,3 млн грн. у розрахунку на 1 підприємство. Це значно більше, ніж у 2000 р., хоча стійкої тенденції щодо фінансування інновацій не спостерігається (табл. 2).

У структурі інноваційних витрат найбільш вагомими традиційно виступають придбання основних засобів — 59,9% загального обсягу, маркетинг та реклама — 27,4%, тоді як придбання нових технологій — 5%, дослідження і розробки — близько 1,5%, інші інноваційні витрати — 4,5%, куди входять оплата інжинірингових послуг, консультацій запрошених кваліфіко-

ваних спеціалістів, робіт і послуг технологічного характеру, навчання, підготовки та перекваліфікації персоналу. Прикро, що саме ці прогресивні напрями інноваційного розвитку, котрі формують позитивні структурні зрушення та є диверсифікаційною основою і рушійною силою виробництва національних конкурентних переваг, на ринку не знаходять активної підтримки в практиці господарювання.

Частково це можна пояснити дефіцитом інвестиційних ресурсів для технологічних інновацій, оскільки основним джерелом їх є власні кошти підприємств (табл. 3).

Так, впродовж 2001—2006 років спрямування власних коштів господарюючих суб'єктів на інновації в галузі зросло (у фактичних цінах) у 2,4 рази. При цьому слід враховувати ще, окрім власного прагнення переважної більшості підприємств галузі, до поступального інноваційного розвитку власники підприємств демонструють зростання зацікавленості у стабільному та ефективному розвитку виробництва задля успішного позиціонування на внутрішньому та зовнішньому ринках. Зростання абсолютних обсягів спрямування власних коштів підприємств на інноваційну діяльність спричинило зростання їх питомої ваги в загальному обсязі фінансових ресурсів (від 66,6% у 2000 до 90,9% у 2006 році).

У якості другого за величиною джерела фінансування інноваційних витрат у харчовій промисловості виступають запозичення, і перш за все банківські кредити. Якщо в 90-ті роки банківські кредити через високу вартість у якості джерел фінансування інноваційних витрат використовувалися у незначних обсягах, то починаючи з 2000-го року, внаслідок стабільності національної валюти та зміни структури кредитного портфеля комерційних банків зробили це джерело набагато привабливішим. Відповідно, обсяг кредитних ресурсів, використаних підприємствами та організаціями

для фінансування інноваційної діяльності, зріс за шість років у 1,5 рази, а їх частка у джерелах фінансування інноваційних витрат харчової промисловості сягає 10—20%. З огляду на те що в розвинених країнах банківські кредити є традиційним джерелом фінансування інновацій, було б доцільним наповнити національну грошово-кредитну політику мотиваційним змістом в напрямі інноваційного розвитку вітчизняної промисловості.

Помітним джерелом фінансування інновацій залишаються кошти іноземних інвесторів, хоча вони переважно спрямовуються у виробництво підакцизних товарів, адже саме тут зосереджений іноземний капітал.

В цілому ж Україна поки що не знайшла належного місця в міжнародному русі капіталу, який став характерною ознакою сучасних міжнародних інтеграційних процесів. Рівень насиченості прямими іноземними інвестиціями в розрахунку на 1 жителя в порівнянні з країнами ЄС маємо нижчим у 5—7 разів.

Сировинна орієнтація виробничої вітчизняної промисловості з одного боку робить її експортоорієнтованою, а з іншого — надзвичайно залежною від зовнішньої ринкової кон'юнктури, одночасно стримуючою щодо внутрішнього ринку [2].

Маючи досить високі позиції за рівнем розвитку технологічних ідей, науково-дослідної бази, знань та освіти, перш за все в локомотивній галузі, до якої відноситься і харчова промисловість, Україна не може забезпечити практичної капіталізації своїх переваг і перетворення їх у додаткову вартість. Цьому заважають недостатні обсяги фінансування наукових досліджень, низький рівень оплати наукової праці, складні процедури ліцензування нових технологій, відсутність надійного захисту інтелектуальної власності.

Це яскраво простежується на динаміці результативності нововведень. Так, обсяг інноваційної продукції, реалізованої вітчизняною харчовою галуззю промисловості в 2006 р., становив лише 5,3% від загального розміру реалізації.

При цьому слід враховувати, що понад 80% обсягів припадає на виробництво пива, тютюнових виробів та алкогольних напоїв. Значно нижчий рівень інноваційної продукції в обсягах продаж належить цукровій, м'ясо-молочній та круп'яній промисловостям.

Характерним є також те, що левову частку новоствореної продукції спрямовують виключно на внутрішній ринок, що свідчить про низьку конкурентоздатність її за кордоном. Ці тенденції є загрозливими в контексті реальної інтеграції України до СОТ. Адже реальне входження нашої держави до світового економічного простору не лише юридично фіксує для нас відкритість

**Таблиця 2. Обсяг витрат за напрямками інноваційної діяльності в харчовій промисловості України млн грн.**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006 до 2000,%
Витрати на інноваційну діяльність - всього	450,6	487,5	957,2	564,2	692,3	1026,5	810,8	179,9
у розрахунку на 1 підприємство	0,9	0,9	1,6	1,3	2,1	3,8	3,3	у 3,7р.
у т.ч. витрати на: дослідження і розробки	3,5	10,4	4,0	8,5	2,9	1,7	9,5	2,7 р.
придбання нових технологій	37,5	74,9	104,2	6,3	84,2	115,0	40,3	107,5
виробниче проектування, інші види підготовки виробництва	20,6	21,6	37,6	11,2	5,5	24,9	17,3	84,0
придбання машин, обладнання, установок	313,8	250,6	561,5	416,0	389,6	589,8	485,8	154,8
маркетинг та рекламу	30,7	89,2	250,5	88,9	198,4	208,9	221,9	у 7,2р.
інші напрями	20,0	18,8	3,1	19,1	11,6	86,2	36,2	у 1,8р.

Джерело: розраховано авторами за матеріалами, викладеними у спеціальних щорічниках Держкомстату України за 2000—2006 роки: Наукова та інноваційна діяльність в Україні.

Таблиця 3. Джерела фінансування інновацій у харчовій промисловості України за 2000—2006 рр. млн грн.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006 р. до 2000 р.
Витрати на інноваційну діяльність – всього	450,6	487,5	957,2	564,2	692,3	1026,5	810,9	у 1,8 р.б.
у т.ч. за рахунок коштів: власних	300,0	418,9	732,9	335,9	471,2	713,8	736,3	у 2,5 р.б.
Державного бюджету	0,4	1,7	-	1,4	-	1,8	-	-
місцевих бюджетів	1,0	1,6	-	-	-	-	-	-
позабюджетних фондів	0,2	-	-	-	-	-	-	-
вітчизняних інвесторів	22,5	0,1	5,3	27,8	4,5	8,3	1,4	6,2
іноземних інвесторів	73,6	28,1	102,6	94,0	25,2	97,6	-	-
кредитів	50,4	24,1	113,0	104,4	175,1	204,9	73,2	145,2
інших	2,3	13,0	3,5	0,6	16,4	-	-	-

Джерело: розраховано авторами за матеріалами, викладеними у спеціальних щорічниках Держкомстату України за 2000—2006 роки: Наукова та інноваційна діяльність в Україні.

ринкового простору, а й вимагає одночасного застосування комплексу заходів щодо захисту внутрішнього ринку та протидії недобросовісним імпортерам. Проте одні лише загальнодержавні важелі не принесуть миттєво бажаних результатів. Потрібні активні дії вітчизняних товаровиробників по нарощуванню ще й конкурентних переваг своєї продукції на глобалізованому та на додаток глибоко лібералізованому ринку.

Саме на цьому аспекті базуються новітня теорія позиціонування товаровиробника на ринку, яка належить М. Портеру і характеризується такими ознаками [4]:

- національна конкурентна перевага має відносний характер;
- у галузях конкурують не держави, а фірми;
- інноваційний розвиток веде до стабільних конкурентних переваг в довгостроковому періоді замість короткотермінових вигравів за рахунок зниження витрат;
- конкурентні переваги в галузях промисловості створюються протягом десятиліть або ще довшого терміну;
- економічне процвітання ґрунтується на високому рівні продуктивності праці.

Розглядаючи під кутом зору М. Портера стан інноваційного розвитку харчової промисловості України як основи диверсифікації виробництва та адаптації його до умов СОТ, слід зазначити, що ця діяльність є малоефективною. Про це свідчить: низька питома вага інноваційно активних підприємств, яка до того ж знижується; незначний обсяг фінансування інновацій; нераціональна структура інноваційних витрат; особливо в частині технічного оновлення виробництва, впровадження маловідходних та ресурсозберігаючих технологій; низька частка реалізованої інноваційної продукції у загальному її обсязі.

З огляду на те що СОТ для України на сьогодні стала об'єктивною реальністю, а продовольча безпека вимагає активних дій, з одного боку в напрямі захисту національного ринкового простору, а з іншого — по нарощуванню конкурентних переваг на рівні господарюючих суб'єктів, лише диверсифікація та інноваційна активність зможуть протидіяти стратегічним викликам часу [5].

Для того щоб ці процеси набрали необхідного динамізму, на наш погляд, необхідно:

— по-перше, запровадити системний маркетинг ситуації та реалізувати комплекс заходів переважно непрямого регулювання внутрішнього ринку в напрямі підтримки вітчизняного виробництва з урахуванням традиційних уподобань наших громадян у виборі продуктів харчування;

— по-друге, на законодавчому рівні визнати продовольчий комплекс довгостроковим пріоритетом в національній економіці та спрямувати всі важелі державного впливу на суттєве підвищення ефективності розвитку, перш за все, сировинної бази;

— по-третє, через державні преференції сприятливого клімату задіяти ефективний механізм інвестування технологічної модернізації харчових підприємств, оновлення їх основного капіталу на якісно новій базі. Це можливо досягти лише шляхом ефективного поєднання власних і запозичених вітчизняних ресурсів, а також залучення іноземних інвестицій не для поглинання наших підприємств, а реалізації з ними спільних проектів;

— по-четверте, цілеспрямовано і послідовно удосконалювати структуру харчової промисловості в напрямку прискореного розвитку тих галузей харчової промисловості, котрі мають порівняльні та конку-

рентні переваги на світовому та континентальному ринках, а також продукція яких може бути джерелом постійних валютних надходжень. До них слід віднести: м'ясо-молочну, олійно-жирову, плодоовочеконсервну, борошномельно-круп'яну, лікеро-горілчану, пиво-безалкогольну, кондитерську та соляну галузі;

— по-п'яте, всіляко сприяти розвитку підприємницької ініціативи в частині інфраструктурного розвитку харчової промисловості, зокрема формування навколо мегаполісів логістичних комплексів, плодоовочесховищ, холодильного господарства, оптових центрів тощо;

— по-шосте, спрямувати всі засоби державного впливу на запобігання занепаду та руйнуванню переробних підприємств, натомість надати їм пільгові кредити, запровадити податкові канікули та інші непопулярні заходи з метою відродження їх діяльності, особливо в малих містах та сільських населених пунктах, де ці виробництва є бюджетоутворюючими та виступають головними роботодавцями для місцевого населення;

— по-сьоме, відродити та поглибити традиційну регіональну спеціалізацію виробництва і формувати на цій основі на мезо- та мікрорівнях інтегральних агропромислових утворень, територіальних кластерів, орієнтованих на вирощування сировини та комплексну її переробку, доведення до вітчизняних споживачів та на експорт конкурентоспроможних екологічно чистих продуктів харчування.

Безперечно, що розв'язання цих завдань потребує певного часу і синергійних дій на рівні органів державної і місцевої влади, а також господарюючих суб'єктів. При цьому слід розглядати вітчизняного споживача та рівень його платоспроможного попиту ключовою фігурою національного продовольчого ринку.

Література:

1. Туган-Барановский М.И. Промышленные кризисы. Очерк из социальной истории Англии. (Отв.ред. Т.И. Деревянкин). К.: Наукова думка. — 2004, С. 34, 35.
2. Якубовський М., Новицький В., Кіндзерський Ю. — Концептуальні основи стратегії розвитку промисловості України на період до 2017 року / Економіка України 11/2007, С. 5—11.
3. Статистичні щорічники Держкомстату України: "Наукова та інноваційна діяльність в Україні" за 2000—2006 роки.
4. Портер М. Международная конкуренция. — М.: Международные отношения, 2001.
5. Продовольчий комплекс України: стан і перспективи розвитку / За редакцією Б.М. Данилишина / К.: Наукова думка, 2007.