

УДК 005.936.3-027.235(477):330.322.2

ДУДКА Т.В., канд. екон. наук, доцент, ХМУРКІВСЬКА О.С., магістрант
Одеська національна академія харчових технологій

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОЦІНКА ПРИБУТКОВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано сучасний стан кондитерської галузі України, визначені основні резерви та чинники зростання прибутковості на підприємствах галузі, виділені економічні передумови зростання прибутковості кондитерського підприємства.

Ключові слова: прибуток, чинники, резерви, інвестиції, ринок

The article analyzes the current state of the confectionery industry in Ukraine, the basic provisions and profitability growth factors in enterprises sector, highlighted the economic conditions increase profitability confectionery company.

Keywords: profit factors, reserves, investments, market

Вступ. Категорія прибутку, відома ще з давніх часів, отримала новий зміст в умовах сучасного динамічного економічного розвитку країни. Процеси формування, розподілу та використання прибутку в процесі діяльності промислового підприємства вимагають постійного вдосконалення керівниками та фінансовими менеджерами методів ефективного управління окремими процедурами з відповідним узгодженням їх з місією та загальними цілями діяльності.

Проблема забезпечення належного рівня прибутковості діяльності підприємств вимагає розробки раціонального механізму формування, акумулювання та використання прибутку, що визначило пріоритетність питань управління прибутком в діяльності підприємств, в тому числі і кондитерських.

Процеси стагнації світової економіки, а також перманентна політична та соціальна нестабільність в Україні заподіяли негативний вплив на всі галузі народного господарства, що спричинило падіння темпів економічного розвитку країни, зниження ділової активності в економіці в цілому, погіршення соціальної і екологічної ситуації в країні. Значна кількість підприємств різних галузей економіки значно скоротили свою діяльність і знаходяться на межі виживання. Саме в такому стані є більшість підприємств кондитерської галузі. Незважаючи на те, що вона є однією з найперспективніших з огляду на значний інвестиційний та інноваційний потенціал, можливості щодо розширення та постійної ротації асортименту продукції, великі експортні можливості, діяльність підприємств галузі в цілому низькоприбуткова.

Питання формування фінансових результатів в виробничій та комерційній діяльності підприємств розглядали в своїх працях вітчизняні та зарубіжні дослідники: К. Маркс, А. Сміт, Д. Рікардо, Д.Б. Кларк, Д. Мілль, А. Маршалл, І. Шумпетер, Ф. Найт, І. Бланк, В. Кадацький, В. Козирев, М. Литвина, О. Миколаєва, Г. Савицька, А. Шеремет. Різні аспекти управління формуванням та використанням прибутку саме у харчовій промисловості висвітлені у наукових працях В. Грузінова, В. Денискіна, С. Донскова, А. Жигалова, Т. Рябової, Н. Тульської та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення основних резервів та чинників підвищення прибутковості діяльності підприємств, аналіз сучасного стану кондитерської промисловості України, а також розробка пропозицій щодо підвищення прибутковості діяльності підприємств кондитерської промисловості.

Результати. В сучасних умовах економічного розвитку країни з набуттям реальної самостійності суб'єктів господарювання прибуток отримав новий зміст. Орієнтація підприємств з максимізації прибутку в кожному періоді змінилася на необхідність досягнення сталого рівня конкурентоспроможності, що в свою чергу визначається потенціалом підприємства до генерування прибутку, відповідного його потребам. Враховуючи визначальну роль прибутку в розвитку підприємства, необхідне ефективне управління його формуванням, розподілом та використанням. Причому використання прибутку є передумовою його формування в довгостроковому періоді, тобто відтворення прибутку. Розв'язання цієї задачі можливе лише шляхом побудови комплексної системи управління прибутком, яку слід розглядати як інтегровану систему управління факторами, що впливають на фінансовий результат.

Базою системи управління прибутком має бути глибокий аналіз та якомога повніше використання резервів прибутку та рентабельності. Аналіз літературних джерел дозволяє зробити висновок, що більшість описаних джерел зростання прибутку притаманні усім галузям економіки та умовам господарювання, тобто є універсальними.

Тим не менш, на побудову системи формування, розподілу та використання прибутку конкретного підприємства значною мірою впливають галузеві чинники: вхідні бар'єри, особливості виробництва, зберігання продукції та матеріальних ресурсів, зовнішньоекономічний потенціал галузі, державне регулювання діяльності, інноваційний потенціал, інвестиційна привабливість тощо. Значний вплив цих факторів в більшості випадків не означає наявності якихось унікальних резервів зростання прибутку, а лише робить акцент на певних з них, виділяючи їх як най-

більш перспективні та вагомі для даного підприємства, ринку, галузі.

На сьогоднішній день український ринок кондитерських виробів є одним з найрозвиненіших у національній харчовій промисловості. Сьогодні кондитерська промисловість України - це 28 великих спеціалізованих підприємств, а також маса малих цехів. Сукупна потужність цих фабрик складає приблизно 625 тис. тонн за рік.

Кондитерська галузь є однією з найбільш потенційно ефективних та прибуткових серед усіх харчових. Це зумовлено, насамперед, особливостями

продукції, що виготовляється: великий та постійно оновлюваний асортимент продукції, відсутність державного регулювання ціноутворення, що визначає відносно великий потенційний рівень рентабельності діяльності, значний термін придатності продукції, що робить географічний національний ринок майже необмеженим, значні перспективи щодо експорту продукції. Тим не менш, економічна криза та її наслідки призвели до певного зниження ефективності діяльності галузі, що відобразилося в скороченні попиту на продукцію та зниженні ділової активності підприємств (рисунк 1).

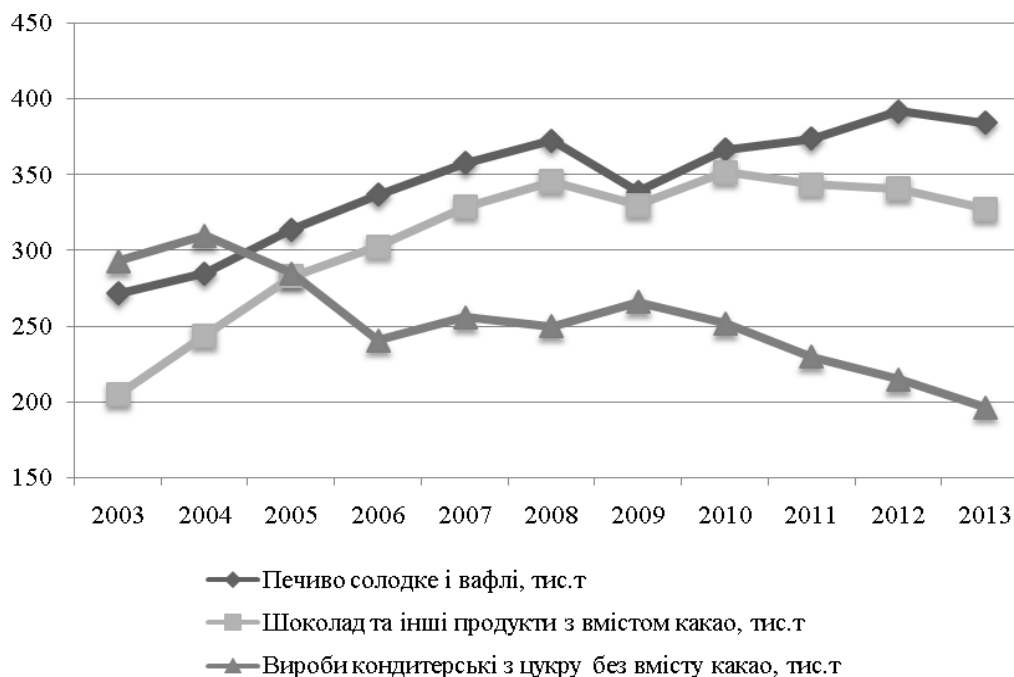


Рис. 1. Динаміка виробництва кондитерської продукції в Україні в 2003-2013 роках

Таким чином, кризовий період практично не відбився на виробництві печива та вафлів. Не дивлячись на зниження споживчого попиту, українці не змінили в цілому свої смаки. Так, порівняно з кризовим 2008 роком в 2013 році загальний випуск кондитерської продукції зменшився з 969 тис. тонн до 909 тис. тонн, тобто на 60 тис. тонн, або 6,2%. Відбулося це, головним чином, внаслідок зменшення за цей період виробництва виробів кондитерських з цукру без какао на 53 тис. тонн, або 21%, що, в свою чергу, пов'язано, насамперед, зі значними коливаннями ціни на ринку цукру. Значною мірою впливає на ефективність виробництва кондитерської продукції та прибутковість підприємств велика питома вага в структурі споживаних матеріальних ресурсів імпортованої сировини. Так, все менше піддається прогнозам аналітиків шоколад. Виною тому світові коливання ціни на сировину — какао-боби. Проте абсолютно точно можна чекати подальшого подорожчання в новому році.

Структура виробництва продукції кондитерської галузі в 2013 році представлена на рисунку 2.

Отже, структура виробництва і, відповідно, споживання кондитерської продукції в Україні має наступний вигляд: найбільшу питому вагу займають шоколадні вироби та печиво і вафлі. З урахуванням

же середніх цін виробників кондитерської продукції (ціни на шоколадні вироби значно вищі за ціни на печиво та вафлі) найбільшу питому вагу займають шоколадні вироби з вмістом какао.

За даними міжнародної дослідницької групи TNS, середній східноєвропейський рівень щорічного вжитку шоколаду на душу населення - 4-5 кг, тоді як в Західній Європі і США - 5-6 кг на рік, але і це не межа. Наприклад, середньостатистичний житель Швейцарії споживає більше 13 кг шоколадної продукції на рік. Даний факт свідчить про можливе значне зростання обсягів реалізації продукції галузі в найближчі роки в сегменті шоколадних виробів. З іншої сторони, виробництво шоколадних виробів потребує імпоротної сировини (какао-боби), що свідчить про наявність значних зовнішніх ризиків, а саме валютних ризиків, а також ризиків країни.

Серед значної кількості чинників забезпечення високої прибутковості діяльності підприємствами ефективність продуктивних стратегій вбачається багатьма спеціалістами як один з визначальних. Практикою господарювання доведено, що продуктивні стратегії вітчизняних підприємств галузі наслідують світові тенденції з певним часовим лагом. Так, сьогодні на ринку кондитерських виробів розвинених захі-

дних країн можна виділити три основні тренди: перша - «назад до основ»; друга орієнтація - на продукцію «суперпреміум»; третя - чітка спрямованість на

створення кондитерських виробів, яке б відповідало здоровому способу життя.



Рис. 2. Структура виробництва кондитерської продукції в Україні в 2013 році

Саме третя тенденція, за думкою провідних маркетологів, стане визначальною найближчим часом. Причин успіху третьої тенденції багато. Одна - зростаючий інтерес споживача до питань харчування, зумовлений проблемами цукрового діабету, серцево-судинних захворювань, ожиріння і тенденцією надлишкової маси тіла. Так, основою правильного харчування є принцип суворої відповідності енергетичної цінності раціону харчування енерговитратам людини. Увага громадськості все більше загострюється на тому, що саме неправильне харчування обумовлює багато проблем зі здоров'ям. Кондитерські вироби відносяться до ласощів, в яких привабливі смакові параметри пов'язані з високим вмістом жиру, цукру і калорій, що якраз і обумовлює незбалансованість його харчового профілю з точки зору здорового харчування. Таким чином, метою корекції незбалансованого харчового профілю кондитерських виробів є використання альтернативних інгредієнтів, за допомогою яких можна знизити або повністю виключити зі складу цих виробів проблемні компоненти, і насамперед, цукор.

При вирішенні даної задачі на перший план виходять питання смаку, текстури і адаптації технології. Основним принциповим підходом є заміна цукру на альтернативний компонент, в якості якого доцільніше використовувати фруктозу. Фруктоза - природний фруктовий цукор, структурна частина сахарози і найсолодший з цукрів (у кристалічному вигляді 1,8 солодощі сахарози). При використанні фруктози економія досягається за рахунок вищої цукристості. З точки зору здорового харчування фруктоза - природний цукор з низьким глікемічним індексом. Крім того, на відміну від переважної більшості альтернативних цукрозамінників, вона має позитивний імідж корисного замітника цукру в очах широкого споживача. Таким чином, в контексті вирішення проблеми забезпечення необхідного рівня прибутковості діяльності,

орієнтація підприємств галузі на зазначену вище продукцію дозволить покращити імідж виробника, що позитивним чином має відобразитися на попиті на продукцію, знизити матеріалоемність продукції за рахунок використання компоненту з більшою цукристістю відносно цукру, отримати більший прибуток на одиницю продукції, адже дана продукція позиціонується як така, яка є корисною для здоров'я, що передбачає відповідні засади ціноутворення, тобто встановлення більш високих цін реалізації.

Значний вплив на ефективність функціонування галузі робить рівень інвестиційної привабливості її підприємств та рівень залучення інвестицій, адже продукція галузі є високотехнологічною та постійно оновлюється, що вимагає відповідної технічної бази, своєчасного її оновлення, що, в свою чергу, неможливо без залучення значних коштів. Розраховувати на вітчизняного інвестора, з огляду вкрай дорогих кредитних ресурсів при невизначеності зовнішнього середовища та загального браку вільних коштів в державі, кондитерам не доводиться. Що стосується іноземних компаній, то вони почали освоювати український ринок кондитерських виробів ще в 90-х роках, купуючи місцеві працюючі компанії (Kraft Foods, Nestle), і на сьогодні зайняли свої ніші на ринку. Доля компаній, що належать стратегічним іноземним інвесторам, складає 7-8% в структурі національного виробництва кондитерських виробів. Але криза внесла свої корективи, і сьогодні у іноземців немає особливого бажання інвестувати в українських виробників кондитерської продукції (впливають, перш за все, ризики країни). Проте, на думку більшості експертів, зарубіжні компанії можуть знов зацікавитися українськими кондитерськими активами, але лише тоді, коли всім стане зрозуміло, що криза закінчилася. Тоді мова піде про компанії, які будуть володіти значними ринками збуту (дистрибуцією) і кваліфікованими кадрами. Таким чином, західні інвестори будуть готові

вкладати перш за все в підприємства з істотною часткою ринку, прозорою структурою власності, ефективною системою корпоративного управління. Крім того, ближче до кінця кризи за умови політичної стабілізації в Україні найбільш ефективні виробники зможуть розраховувати і на певні портфельні інвестиції західних інвестиційних фондів.

Значний вплив на прибутковість діяльності підприємств галузі справляє значна матеріаломісткість виробництва, що в свою чергу свідчить про значну чутливість підприємств галузі до стану та динаміки ринків сировини, а саме ринку цукру та какао-бобів. Як зазначалося вище, зростання цін на цукор в останні роки та значні валютні ризики при імпорті какао-бобів однозначно негативно вплинули на прибутковість діяльності підприємств кондитерської промисловості, що, в свою чергу, вимагає від держави певних заходів, спрямованих на мінімізацію валютних ризиків та стабілізацію ринку цукру, який є вкрай зарегульованим, що негативно позначається на всіх його учасниках.

Висновки. Таким чином, можна резюмувати, що ринок кондитерських виробів знаходиться все ближчим до насичення: 5-10 вітчизняних компаній і виробництв від транснаціональних продуцентів майже повністю витіснили як західний, так і російський імпорт, а разом і продукцію більшості невеликих підприємств. Ці компанії виводять на ринок все нові продукти, не забуваючи підвищувати ціну, що пояснюється прагненням покупця до якіснішого і дорожчого продукту. По заявам виробників, їх продукція корисна і потрібна споживачеві, хоча тестування часто розкривають проблеми з якістю навіть у солідних виробників.

Адекватна політика управління прибутком на підприємствах галузі має ґрунтуватись на системному підході та принципі синергії, а саме врахуванні необхідності комплексного використання чинників зростання прибутковості.

Кондитерська промисловість України має значний інвестиційний потенціал, реалізація якого дозволить значно підвищити прибутковість.

Література

1. Соколенко С. И. Современные мировые рынки и Украина / С. И. Соколенко - Киев. : 2005. - 186 с.
2. Покропивний С. В. Економіка підприємства : підручник / С. В. Покропивний - Київ : Видавництво КНЕУ – 2007. – 528 с.
3. Корольок Л. Сладкий привкус // Інвест газета, 30 листопада 2009
4. Матеріали сайту «Кондитер України» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrkonditer.kiev.ua>
5. Офіційний сайт Міністерства статистики України [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>



УДК 664.6(477):005.332.4:005.412

МАРТИНОВСЬКИЙ В.С., канд. екон. наук, доцент, КУЧМА Т.І., магістрант
Одеська національна академія харчових технологій

ОЦІНКА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті проаналізовано сучасний стан ринку хлібопекарських виробів, визначені основні засади оцінки конкурентоспроможності продукції, виділені основні шляхи зростання конкурентоспроможності продукції на підприємствах галузі.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ринок, галузь, чинники

Competition is a permanent factor in any development, an integral part of every life, total essential attribute of life. One of the strategic objectives to ensure the development of Ukraine's economy at the present stage is to improve the competitiveness of enterprises and products.

Keywords: competitiveness, market, industry, factors

Вступ. Одночасно з набуттям економікою України ринкових рис підвищився інтерес суспільства до всіх аспектів конкурентної взаємодії, що є основою ринку. Конкуренція є відмінною рисою ринкової економіки. Процес створення нової національної економіки може бути забезпечений тільки при високій конкурентоспроможності продукції.

Конкуренція, якщо розглядати її не тільки як боротьбу між товаровиробниками за більш вигідні

умови виробництва, розподілу й отримання прибутку, а у розширеному контексті, є постійно діючим фактором будь-якого розвитку, невід'ємною складовою частиною всякого життя, тотальним сутнісним атрибутом буття.

Категорія «конкурентоспроможність підприємства» взаємопов'язана з «конкурентоспроможністю продукції» (товару). Діалектичний взаємозв'язок та єдність категорій, що розглядаються, полягає в тому,