

Olena Popko
*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Marketing
National University of Water and Environmental Engineering*

Попко О.В.
*д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу
Національного університету водного господарства та природокористування*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-295-1-93>

STRATEGIC IMPERATIVES FOR THE DEVELOPMENT OF EXPORTS OF THE FOOD AND PROCESSING INDUSTRY OF UKRAINE

СТРАТЕГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ ХАРЧОВОЇ І ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Присутність України в глобальних продовольчих мережах істотно зросла за останні десять років, проте все ще залишається недостатньою. Водночас, зберігаючи високі темпи зростання обсягів виробництва, сектор харчової та переробної промисловості України має значний нереалізований потенціал щодо нарощування експорту продуктів з високою доданою вартістю. З метою активного включення вітчизняних операторів до глобальних ланцюгів поставок необхідно змінити товарну структуру українського експорту із сировинної та продуктів первинної переробки в сторону збільшення частки високомаржинальних харчових продуктів в загальному обсязі експортованої продукції харчової та переробної промисловості [1].

Підґрунтям для подальших наукових досліджень є результати стратегічних досліджень Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО), які підтверджують нагальну необхідність нарощування обсягів виробництва і міжнародної торгівлі продуктами харчування з метою забезпечення зростаючого світового попиту й розширення участі України в досягненні Цілей сталого розвитку ООН, зокрема: досягнення продовольчої безпеки; поліпшення раціону харчування; стимулювання інноваційного розвитку підприємств харчової та переробної промисловості та поширення технологічних і продуктових інновацій з дотриманням екологічних вимог, вимог з якості й безпечності харчових продуктів відповідно до європейських регламентів [2]. Одночасно висока якість й безпечність продуктів харчування не гарантують можливості стовідсоткового сталого розвитку й успішного результату на міжнародних ринках. На практиці максимальний синергійний ефект досягається за виготовлення високоякісних продуктів за привабливими конкурентними цінами й добре спланованим маркетингом, що, своєю чергою, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних продуктів, розширенню товарної номенклатури експорту, диверсифікації ринків збуту, просуванню вітчизняних брендів на світових продовольчих ринках [1].

Сучасну проблематику теорії економіки та маркетингу промислових підприємств в частині глобалізації та міжнародної економічної інтеграції науковці досліджують у різних напрямках, ключовим з яких є напрямок розвитку експорту харчової та переробної промисловості України. Дослідженню останнього належать роботи таких учених-економістів, як А. Амоша, Л. Безтелесна, О. Білоус, П. Грицюк, А. Голюков, О. Дейнега, С. Ілляшенко, С. Ковальчук, П. Купчак, Є. Крикавський, М. Мальчик, В. Марченко, К. Пилипенко, П. Саблук, Н. Савіна, І. Сазонець, П. Скрипчук та ін.

Водночас аналіз сучасних поглядів щодо напрямів розвитку експорту вітчизняної продукції харчової промисловості на засадах активізації маркетингового забезпечення

експортної діяльності вітчизняних операторів при виході на зовнішні ринки збуту, засвідчив об'єктивну необхідність подальших досліджень за даним напрямом.

Слід відзначити, що харчова та переробна промисловість є одним із найбільш перспективних секторів економіки, які формують ВВП України, надходження до бюджету, визначають рівень зайнятості та доходів українців. Це динамічна галузь, яка займає п'яту частину в структурі промисловості України, забезпечує потребу у продуктах харчування на внутрішньому ринку та сприяє формуванню експортного потенціалу країни (23,1% промислового експорту).

Відповідно до Експортної стратегії України харчову та переробну промисловість віднесено до третього кластеру економіки, який містить елементи інновацій, що характерні для першого кластеру, і доповнює другий кластер, сприяючи поліпшенню іміджу країни на світових ринках. Виявлено, що найбільшу перспективу в секторі харчової і переробної промисловості України представляють: 1) готові продукти харчування; 2) харчові інгредієнти, у тому числі продукти глибокої переробки; 3) органічна продукція.

З огляду на тенденції розвитку світових ринків продовольства встановлено, що попит на продукти харчування в глобальній перспективі до 2050 року буде стрімко зростати, що зумовлено: збільшенням чисельності населення планети, особливо в країнах Африки та Азії; підвищенням тривалості життя та зростанням середньорічних доходів населення; прискоренням темпів урбанізації. Додатковим чинником, який сприятиме зростанню попиту на продукти харчування, є зміна харчових уподобань споживачів в сторону збільшення споживання ресурсомістких продуктів тваринного походження, а також популяризація глобальних трендів щодо здорового та натурального харчування. Встановлено, що харчова та переробна промисловість України має достатні можливості для успішного реагування на глобальні виклики та інтеграцію у світовий торговельний простір, а також достатній потенціал для участі в задоволенні зростаючого попиту населення світу на готові продукти харчування, у тому числі продукти тваринного походження.

Разом з тим, ідентифікація ринкоутворюючих факторів розвитку експорту продукції харчової і переробної промисловості України дозволила виокремити ключові проблеми, що обмежують розвиток виробництва продуктів харчування та реалізації експортної стратегії, серед яких: широкомасштабна війна в Україні, втрата значної частини традиційних ринків збуту вітчизняних харчових продуктів, порушення логістичних ланцюгів поставок, низька конкурентоспроможність окремих харчових продуктів порівняно з аналогічними продуктами розвинених країн світу; відмінності в технічних і санітарних вимогах системи стандартизації та сертифікації харчових продуктів, зміни в нормативно-правовому забезпеченні щодо екологічних вимог; нестача інтегрованих даних про зовнішні ринки збуту для експортерів.

Виходячи з вищевикладеного, ідентифіковано та згруповано стратегічні імперативи розвитку експорту харчової і переробної промисловості України за пріоритетними векторами (рис. 1):

1) за вектором розвитку – стимулювання пропозиції на світових ринках в умовах обмеженого внутрішнього попиту; трансформація структури експорту в сторону збільшення готової продукції з високою доданою вартістю; розширення товарної номенклатури експорту; диверсифікація ринків збуту;

2) за вектором відповідальності – гарантування якості та безпечності вітчизняних харчових продуктів; дотримання вимог нормативно-правових актів щодо санітарних і фітосанітарних заходів; стимулювання використання інновацій, впровадження кращих світових практик з переробки сировини та виробництва продуктів харчування, підвищення екологічних стандартів;

3) за вектором гідності – впровадження на світових ринках комплексу заходів з просування вітчизняних продуктів харчування, популяризації українських продуктів, забезпечення інформаційної підтримки експортерів, створення та підтримка бренду «Зроблено в Україні».

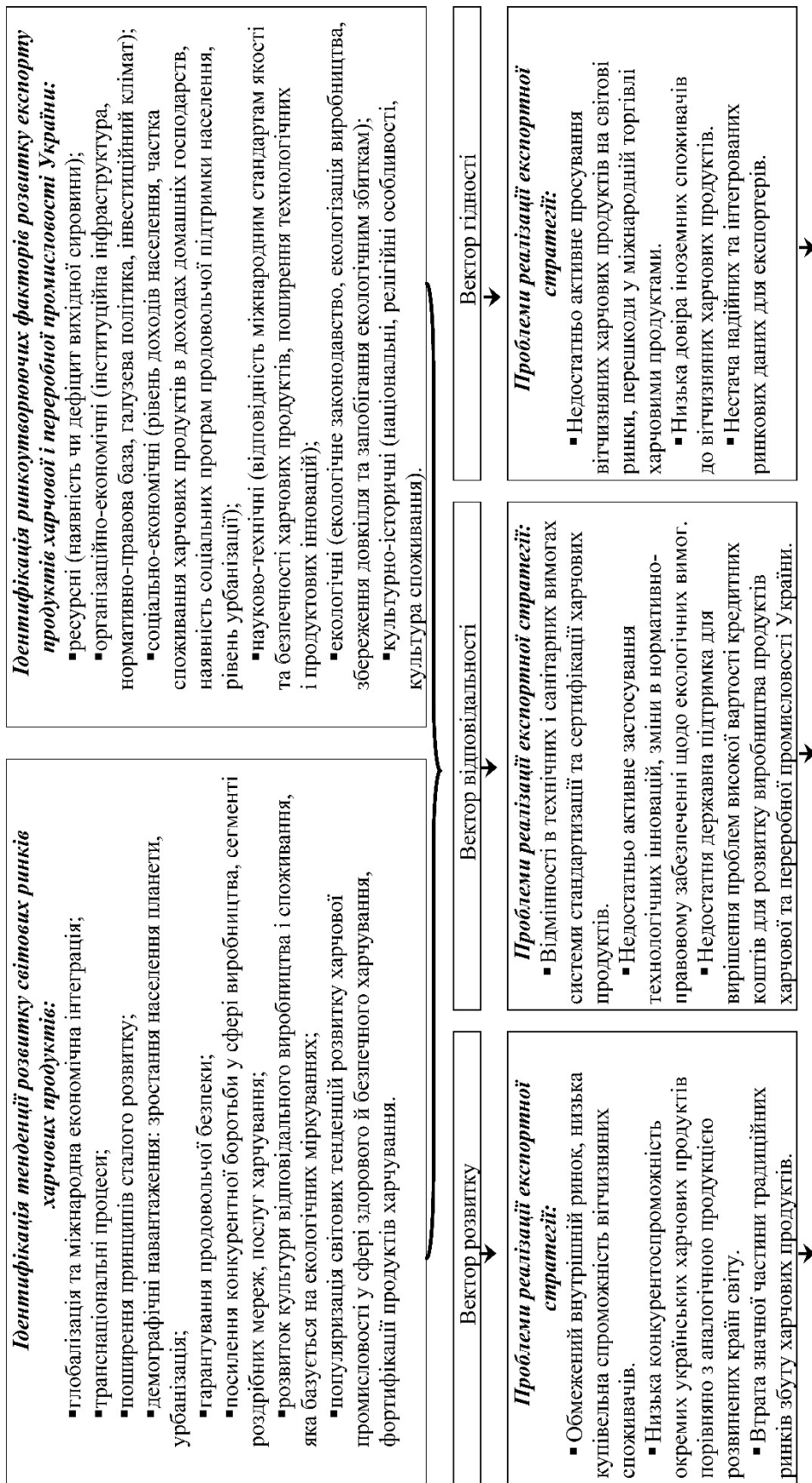


Рис. 1. Стратегічні імперативи розвитку експорту продуктів харчової та переробної промисловості України

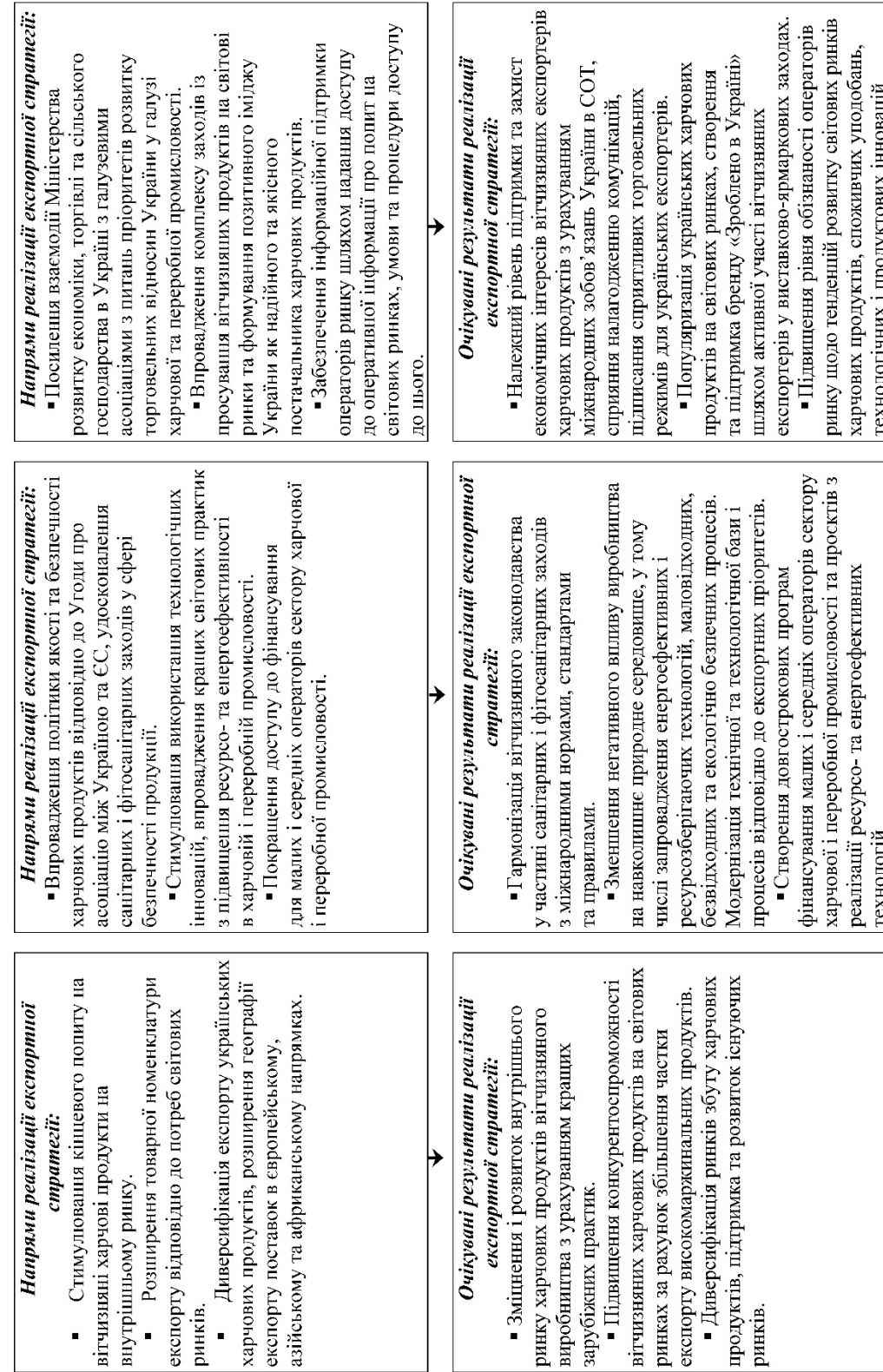


Рис. 1. Стратегічні імперативи розвитку експорту продуктів харчової та переробної промисловості України (продовження)

Підвищення рівня конкурентоспроможності та розширення товарної номенклатури експорту неможливе без провадження політики якості й безпечності харчової продукції у сфері стандартів продукції, вимог щодо виробництва та схем якості, гармонізації національного законодавства з європейськими вимогами відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. З огляду на забезпечення вдосконалення законодавства України в сфері продовольчої безпеки, його наближення до законодавства ЄС та вимог СОТ, забезпечується зміцнення довіри до української продукції через створення й ведення належної практики нормативного регулювання та контролю якості харчових продуктів, усунення торговельних бар'єрів для виходу українських компаній на міжнародні ринки через визнання країнами-імпортерами еквівалентності вітчизняних стандартів якості та безпечності харчової продукції, що, своєю чергою, сприятиме диверсифікації експортних ринків України, а відтак – активізації участі України в забезпеченні міжнародної продовольчої безпеки.

Література:

1. Попко О.В. Стратегічні імперативи маркетингової діяльності операторів молочного ринку України : монографія. Рівне : НУВГП, 2020. 251 с.
2. Попко О.В. Важливість глобальної продовольчої проблеми для України. *Вісник ЖДТУ. Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 2(88). С. 46–51.