

## СЕКЦІЯ 16. МЕНЕДЖМЕНТ, ІНВЕСТИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ПРОМИСЛОВОСТІ, ТА НАРОДНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

УДК 339.1

**Я.В. ЗАПОРІЗЬКА, О. І. ЧАЙКОВА**, канд. екон. наук, доцент

### **Стратегічні перспективи функціонування українських виробників безалкогольних напоїв на зовнішньому ринку**

Сьогодні простежується тенденція посилення залежності української економіки від російського ринку збуту, що набуває загрозливих масштабів. У зв'язку із цим суттєво зростає актуальність вивчення проблем функціонування українських підприємств на зовнішніх ринках та шляхів їх подолання, пошуку нових можливостей реалізації продукції за кордоном.

Переважна більшість наукових праць і оглядів присвячена вивченню поточного стану ситуації, однак жодним чином не виділяється питання стратегічної орієнтації підприємств галузі у зовнішньоекономічній політиці. Саме визначення стратегічних перспектив є основним завданням роботи.

Виробництво безалкогольних напоїв є найбільшою за натуральним обсягом галуззю харчової промисловості України і складає 45% всієї виробленої в за 2013 рік продукції харчування [1].

Серед безалкогольних напоїв виділяється три основні категорії: води мінеральні та столові; солодкі газовані води; соки фруктові та овочеві.

Столові та мінеральні води становлять 10 % виробництва галузі. Решта припадає на безалкогольні напої всіх видів.

Обсяг ринку безалкогольних напоїв в Україні у 2012 р. оцінювався в 2,533 млрд. доларів, а європейського, який охоплює 16 країн, – у 72,9 млрд. євро [3].

Найбільшими експортерами газованих безалкогольних напоїв серед вітчизняних виробників є ТОВ «Сандора» та ПрАТ «Ерлан», які везуть за кордон близько 20% виробленої продукції. Компанія IDS Group забезпечує 80% українського експорту мінеральних вод («Миргородська», «Моршинська», «Аляска»). Основним експортером соків є ТОВ «Сандора», яке покриває більше 60% загальноукраїнського експорту соків та нектарів [4].

Географічна структура експорту є невтішною. На РФ у 2010 р. приходилося 26 % українського експорту солодких вод, на Молдову – 15 %, Казахстан та Білорусь – по 11 %, Киргизстан та Грузія – 7 % і 5 % відповідно. Решта 25 % експортується в інші країни, питома частка яких менше 5 % [5].

На фоні запроваджених Росією в серпні 2013 року заходів проти української продукції харчової промисловості стає очевидною загрозливість ситуації, коли Росія та інші країни СНД стають мало не єдиним ринком збуту.

Щоб визначити, які країни забезпечують яку частку наших доходів і в перспективі дозволять її розширити, було проведено АВС-аналіз.

Як і раніше, майже 90 % українського експорту солодких газованих вод припадає на країни СНД. Це підтверджують результати аналізу.

У сегменті вод мінеральних без цукру ситуація наступна: лише три країни (Молдова, РФ та Білорусь) займають 89 % українського водного експорту.

З аналізу видно, що майже 45 % експорту соків 2013 року припадає на Польщу та близько 36 % на РФ.

Проведений додатковий аналіз зміни експортних потоків показав зменшення обсягів експорту мінеральної води до Молдови, РФ, Угорщини. Також, порівняно з 2012 р. скоротився експорт до США, Кіпру та Панами. Найбільше зростання продажів спостерігається до Білорусі, Туреччини та Ізраїлю.

Серед країн-імпортерів української солодкої води зростання в 2013 році спостерігається для РФ, суттєве для Азербайджану, Білорусі та Туреччини. Найбільш стабільне зростання обсягів експорту спостерігається для таких країн, як: Грузія, Азербайджан, Туреччина та Німеччина.

Найбільше зріс експорт соків до Польщі. Суттєво за останній рік збільшилися продажі до Білорусі та Австрії, причому для останньої позитивна динаміка простежується за весь період.

Отже, співставлення результатів АВС-аналізу та динаміки змін експорту дозволило зробити висновки, що найбільш перспективними та вигідними для глибокого розвитку співпраці у сфері солодких газованих вод можна вважати Грузію, Туреччину, Азербайджан та Німеччину. На ринку мінеральних вод перспективним є поглиблення співпраці з Ізраїлем, Туреччиною, Канадою, Польщею та Німеччиною. Найбільший прорив спостерігається у нарощенні експорту соків до Польщі. Перспективним напрямком є поглиблення співпраці з Австрією, для якої позитивна динаміка простежується за весь період спостережень. Також варто звернути увагу на Казахстан, Молдову, Німеччину та Грузію.

### **Список літератури:**

1. *Свояк Г.Н.* Харчова та переробна промисловість// Галузевий огляд – 27 вересня, 2013. – Режим доступу: <http://www.business.ua/>
2. Overview of the Soft Drinks&Juices Market in Europe // Food for Thought, - October 2012. – Режим доступу: <http://www.euromonitor.com/soft-drinks>
3. Food processing industry in Ukraine. – Режим доступу: <http://www.investukraine.com>
4. Статистичні матеріали Державної митної служби України «Зовнішня торгівля України» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua/>
5. *Пашнюк Л.О.* Харчова промисловість України: стан, тенденції та перспективи розвитку// Економіка та управління підприємствами. – 23 вересня 2013. – с. 60-63
6. Експорт / імпорт товарів за країнами світу за січень-вересень 2011-2013 року// Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>