

УДК 631.115.1:637.5

**ПІДПРИЄМНИЦТВО В М'ЯСОПРОДУКТОВОМУ  
ПІДКОМПЛЕКСІ, ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ  
ЙОГО СТАНОВЛЕННЯ**

*А.В.Гримак, старший викладач*

*Львівська національна академія ветеринарної медицини  
ім.С.З.Гжицького*

*Проведено аналіз функціонування підприємств різних форм  
власності м'ясопродуктового комплексу в ринкових умовах. Подано  
шляхи розвитку цієї галузі відповідно до сучасних вимог.*

*Проведен анализ функционирования предприятий разных  
форм собственности мясопродуктового комплекса в рыночных*

*условиях. Даны пути развития этой отрасли в соответствии современными требованиями.*

**Постановка проблеми.** М'ясопродуктовий підкомплекс у структурі АПК займає один з провідних напрямів. На нього покладено завдання забезпечення населення м'ясом та м'ясопродуктами, тваринним білком, який необхідний для задоволення фізіологічних потреб людини. І хоча на продукцію м'ясопродуктового підкомплексу в загальному обсязі продажу продовольчих товарів припадає близько 12%, однак ще досі не вдається подолати негативні тенденції, які мають місце при функціонуванні даного підкомплексу, а саме: зменшення обсягів виробництва продукції, скорочення поголів'я тварин і зниження їх продуктивності. Це впливає не тільки на забезпеченість населення м'ясом і м'ясопродуктами, якість харчування, а також на фінансово-економічний стан сільськогосподарських товаровиробників і м'ясопереробних підприємств.

Нестача сировини стала однією з причин неповного використання виробничих потужностей м'ясопереробних підприємств і втрати ними сформованих роками сировинних зон. Це, в свою чергу, призвело до нестачі обігових коштів і неможливості оновлення матеріально-технічної бази підприємств. На фоні скорочення обсягів виробництва м'ясної продукції виникла і проблема її реалізації, що зумовлена низькою закупівельною спроможністю населення. Вирішення даних проблем в м'ясопродуктовому підкомплексі вимагає проведення продуманих, економічно обґрунтованих організаційних заходів в частині підвищення ефективності виробництва як сільськогосподарськими товаровиробниками, так і м'ясопереробними підприємствами, збільшення обсягів виробництва м'яса до рівня фізіологічної потреби людини, удосконалення цінової та податкової політики держави, а також економічних відносин між усіма ланками даного підкомплексу.

**Аналіз досліджень і публікацій по темі.** Питання ефективності виробництва м'ясної продукції, формування економічного механізму функціонування м'ясного підкомплексу висвітлено в наукових працях багатьох вітчизняних вчених-економістів, зокрема П.Т.Саблука, В.Я.Месель-Веселяка, М.І.Маліка, О.В.Мазуренко

та інших. У них викладено рекомендації щодо обґрунтування ефективності функціонування м'ясопродуктового підкомплексу, зазначається, що вирішення питання розвитку підкомплексу повинно здійснюватись комплексно із врахуванням розвитку всіх його складових ланок.

Метою даної статті є аналіз організаційних та економічних складових розвитку та ефективного функціонування м'ясопродуктового підкомплексу в ринкових умовах. Йдеться про оцінку сучасного стану розвитку м'ясопереробного підкомплексу і пошук шляхів розвитку цієї галузі відповідно до сучасних вимог.

**Виклад основного матеріалу.** Нові умови економічного розвитку, основу яких складають ринкові відносини із функціонуванням підприємств різних форм власності, обумовили особливості розвитку і м'ясопродуктового підкомплексу. Сьогодні в цій галузі надзвичайно гостро постало питання виробника — як сировини, так і готової тваринницької продукції. Йдеться про становлення підприємств, які б на своїх технологічних можливостях, за наявної організації виробництва могли забезпечити належну якість і безпечність готової продукції, модернізувати свою продукцію таким чином, щоб якісні її характеристики стали кращими, ніж у конкурентів. Це відповідальне завдання. Його реалізація вимагає від керівників, спеціалістів підприємств м'ясопродуктового підкомплексу обрати більш прогресивну модель мислення і аналізу, відходити від звичок, які традиційно склалися, враховувати економічні важелі ринку. Підприємства, які не враховують цього, є неідеальними. У зв'язку із цим припинили свою діяльність чисельні м'ясопереробні підприємства, в основному державної форми власності, які володіли значними потужностями, мали об'ємну матеріальну базу і підготовлених в свій час працівників. Проблеми в м'ясопереробній галузі створили умови для становлення підприємств нового типу, які вчаться працювати в ринкових умовах, "сліпо" не копіюють інших, а розвивають свої виробництва на основі набутого і узагальненого досвіду. Цей період слід вважати початком становлення підприємництва в м'ясопродуктовому підкомплексі, який започаткував створення підприємств різних форм

власності, які різняться за обсягами переробки, асортиментом продукції, чисельністю задіяних працівників, технологічним устаткуванням. Адаже і сама суть підприємництва визначається як сукупність специфічних функцій, які спрямовані на оптимальне поєднання, комбінування факторів виробництва та контролю над ними. Частина підприємств знайшли себе в профільних об'єднаннях і асоціаціях. Важливо, що новостворені підприємства організують свою діяльність вже із врахуванням ринкових відносин, по-новому співпрацюють із виробниками сировини, сільськогосподарськими підприємствами і селянами, інтегруються як партнери, в чому відчують взаємну економічну вигоду. Розвиток таких інтегрованих формувань сприяє зростанню концентрації та спеціалізації підприємств, що забезпечує скорочення кількості посередників у процесі просування м'ясної продукції від виробника до споживача, дозволяє ефективніше використовувати виробничо-економічний потенціал господарств і скоротити невиробничі витрати. Участь в такій інтегрованій структурі вигідна і магазинам — учасникам даних формувань, оскільки вони отримують гарантоване постачання відповідною, заздалегідь замовленою, продукцією. Це дозволить забезпечити доступність готової продукції більш широкому колу споживачів. З метою збільшення обсягів реалізації продукції та своєчасного одержання коштів доцільним є розвиток в інтегрованих об'єднаннях фірмової торгівлі. При цьому економічно вигідним є розширення асортименту у фірмових магазинах супутніми продовольчими і непродовольчими товарами інших виробників, а саме: хлібобулочними виробами, спеціями, смакохарчовими приправами, виробами кухонного вжитку тощо.

Найчастіше такі інтегровані формування в м'ясопродуктовому підкомплексі створюються у вигляді акціонерних товариств та товариств з обмеженою відповідальністю, де в ролі підприємств-інтеграторів виступають переважно м'ясопереробні підприємства.

Наглядним є процес становлення підприємництва в м'ясопродуктовому підкомплексі Львівської області. В області функціонує понад 30 м'ясопереробних підприємств, більша частина з яких працюють у формі приватних підприємств, решта ТзОВ, ЗАТ,

ВАТ, одне підприємство — у формі спільного підприємства. Середньорічні обсяги виробництва м'яса і субпродуктів першої категорії цими підприємствами становлять 18-19 тис. тонн, ковбасних виробів в асортименті — 2,4-2,5 тис. тонн, м'ясних напівфабрикатів — понад 1,2 тис. тонн. Майже 60 відсотків питомої ваги виробництва м'яса, субпродуктів і напівфабрикатів, ковбасних виробів припадає на підприємства: ВАТ “Золочівський м'ясокомбінат”, ЗАТ “Дрогобицький м'ясокомбінат”, ПФ “Білаки”, ТзОВ “Плай”, ТзОВ “Барком”, м'ясокомбінат “Дружба”, ТзОВ “Акцент”, ПП “Агроптиця”, ТзОВ “Євро-Вік”. За умов, коли намітилась загальна тенденція скорочення м'ясних сировинних ресурсів, ТзОВ “Плай”, ТзОВ “Барком”, м'ясокомбінат “Дружба”, ТзОВ “Меріол”, ТзОВ “Акцент”, ПП “Агроптиця”, ПФ “Білаки” працюють стабільно, на договірних умовах плідно співпрацюють із сільськими товаровиробниками, що гарантує їм надходження сировини під заплановані обсяги виробництва готової продукції тваринного походження. Мережа магазинів під торгівельною маркою “Родинна ковбаска” відома споживачам якісною та смачною продукцією, яку випускає ТзОВ “Барком”. Виробнича діяльність цих підприємств переконливо свідчить, що кваліфіковане вирішення економічних питань є в прямій залежності від рівня підготовки працюючих, їх вміння не тільки брати участь, а й впливати на результативність діяльності кожного підрозділу, бачити внесок кожного в забезпечення стабільності виробництва, якості продукції та її конкурентоспроможності.

Продумана, у відповідності до умов ринку, організація виробництва, використання маркетингових механізмів управління виробництвом дозволяє підприємствам м'ясопродуктового підкомплексу області працювати з мінімальним проблемним навантаженням. Результати досліджень показали, що для підприємств, які орієнтують свою діяльність на ринок, найбільш важливими критеріями є якість і безпечність продукції. Разом з тим, кількість ініціаторів поновлення і розширення асортименту продукції серед виробників є в межах 20 відсотків. До причин цього слід віднести такі стримуючі економічні проблеми, як недостатність оборотних коштів, неможливість взяти

кредити або високі відсотки на них, високі податкові платежі, високі затрати на енергетичне забезпечення, а звідси — неможливість провести модернізацію виробництва згідно сучасних вимогами. В частині підприємств нехтується важливість маркетингової діяльності, що суттєво позначається на діловій активності підприємств, реагуванні на кон'юнктурні зміни ринку, а це працює на конкурентів.

Набутий позитивний досвід діяльності підприємств Львівського м'ясопродуктового підкомплексу свідчить і про невикористані резерви нарощування ефективності підприємницької діяльності виробників. Перспективна їх суть в об'єднаннях виробників в асоціації, виробничі комплекси, концерни тощо, що дозволить більш ефективно використати виробничі потужності, забезпечити належний рівень якості і безпечності продукції, а відповідно і визнання товарної марки на ринку.

**Висновки.** Підприємницька діяльність підприємств-виробників м'ясопродуктового підкомплексу в ринкових умовах буде результативною, коли враховуватимуться наступні вимоги:

- в ринкових умовах діяльність підприємств повинна базуватись на поєднанні ефективного та якісного виробництва продукції, задоволенні запитів споживачів, формуванні прибутків, які скеровувались би в більшій частині на розвиток і модернізацію виробництва до сучасних вимог;
- вивчення кон'юнктури ринку конкретної продукції з тим, щоб економічно-обґрунтовано організувати виробництво, врахувати при цьому вимоги ринку;
- постійно дбати про рівень кваліфікації працівників підприємств;
- вивчати та удосконалювати форми реалізації продукції, при цьому активно використовувати можливості реклами;
- розвивати маркетингову діяльність, мати якомога повнішу інформацію про ринок, за рахунок чого формувати нові моделі збуту продукції, розвивати власну фірмову торгівлю, входити в об'єднання і асоціації, що дозволить забезпечувати комплексність у виробництві продукції, нарощувати її асортимент, запровадити стандарти якості і чітко контролювати їх дотримання.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Лукінов І.І. Стратегія і механізм пореформенного розвитку національного АПК // Економіка АПК. – 2002.- №8. – С. 6-10.
2. Мостенська Т.Л. Особливості формування попиту і пропозиції на ринку харчових продуктів // Економіка АПК. – 2003.- № 1. – С. 113-120.
3. Статистичні матеріали діяльності м'ясопереробних підприємств Львівської області за 2003-2005 роки.