

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

Наталія Касьянова

«_____» _____ 2021 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 051 «ЕКОНОМІКА»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»

Тема: «Вплив діяльності ТНК на харчову промисловість України»

Виконавець: Тернова Леоніла Володимирівна

Керівник: к.е.н., доцент Белінська Ганна Василівна

Нормоконтролер:

КИЇВ 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та бізнес-адміністрування

Кафедра бізнес-аналітики та цифрової економіки

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітньо-професійна програма: «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач випускової кафедри

_____ Наталія

КАСЬЯНОВА

« ____ » _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ на виконання дипломної роботи

(П.І.Б. випусника)

1. Тема роботи «Вплив діяльності ТНК на харчову промисловість України

« ____ » _____ 2021 р. № _____ /ст.

2. Термін виконання роботи: 11.10.2021 р. по 02.01.2022 р.

3. Вихідні дані роботи: статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань

4. Зміст пояснювальної записки: вступ; теоретичні засади впливу ТНК на харчову промисловість України ; аналітичне дослідження впливу ТНК на харчову промисловість; формування механізму впливу ТНК харчову промисловість; висновки

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: ознаки транснаціональних корпорацій; етапи становлення ТНК; механізм функціонування ТНК в Україні; плюси та мінуси присутності ТНК харчової промисловості в Україні; топ передових ТНК харчової промисловості в Україні; надходження ПІІ в харчову промисловість проєкти, транскордонні злиття та поглинання та міжнародні фінансові угоди харчової промисловості; українські філії іноземних ТНК в харчової промисловості в Україні; географія розташування ТНК ХП; моделювання потенціалу об'єктів ХП для покращення соціально-економічного України; вплив об'єктивних економічних процесів на економічну політику держави з метою покращення взаємодії з ТНК

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Видача завдання	11.10.2021	
2.	Збір та обробка статистичної інформації	12.10.2021-17.10.2021	
3.	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	18.10.2021-24.10.2021	
4.	Написання теоретичної частини	25.10.2021-31.10.2021	
5.	Написання аналітичної частини	01.11.2021-14.11.2021	
6.	Написання практичної частини	15.11.2021-28.11.2021	
7.	Написання вступу та висновків	29.11.2021-30.11.2021	
8.	Оформлення пояснювальної записки, наочного та графічного матеріалу, підготовка доповіді, передзахист	01.12.2021-05.12.2021	
10.	Проходження нормоконтролю, перевірка на плагіат, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедрі	06.12.2021-12.12.2021	

7. Дата видачі завдання: « ___ » _____ 2021 р.

Керівник дипломної роботи _____ Белінська Г.В.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Вплив діяльності ТНК на харчову промисловість України» 104 с., 15 рис., 12 табл. 48 літературних джерел.

ЕКОНОМІКА, ТРАНСНАЦІОНАЛЬНА КОРПОРАЦІЯ, ХАРЧОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ, ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ, МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ, ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА

Об'єктом дослідження є ТНК харчової промисловості України

Предметом дослідження виступають сукупність факторів та умов, що визначають розвиток транснаціональних корпорацій, здебільшого харчової промисловості.

Метою кваліфікаційної роботи є надати оцінку стану впливу ТНК на харчову промисловість, проаналізувати галузеву структуру та територіальні особливості ТНК харчової промисловості України, а також визначити їх проблеми та перспективи розвитку.

Методи дослідження полягають у здійсненні аналізу харчової промисловості України та її ТНК були застосовані наступні методи дослідження: індукції та дедукції, економічного спостереження, метод порівняння, статистичного спостереження, а також метод системного аналізу та синтезу; метод діалектики, моделювання та сценарного підходу, формальної логіки, причинно-наслідкових зв'язків, наукового абстрагування, синтезу, спостереження.

Методологічна основа дослідження було складено з звітів уряду, міністерств, агалітичних агентств, статистичні дані Міністерства статистики, міжнародних організацій, дані наукових періодичних видань, нормативно-правові документи органів законодавчої та виконавчої влади, наукові ресурси Інтернет.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в концептуальному підході до налагодження взаємозв'язку між економічними інтересами

України та ТНК світу харчової промисловості, з метою вдосконалення господарської системи та забезпечення ефективного розвитку національної економіки.

Практичне значення отриманих результатів сприяють подальшому розвитку теоретичних підходів до визначення впливу економічних інтересів на процес формування господарської діяльності, що відповідає вимогам економічної стабільності та конкурентноспроможності в умовах глобалізації під впливом ТНК харчової промисловості.

Практична значимість дослідження дозволяє застосовувати основні положення, показники та висновки у процесі вдосконалення макроекономічної політики держави та побудови промислових зв'язків.

Матеріали роботи можуть бути використані під час проведення занять, в процесі наукового дослідження в діяльності спеціалістів з економічних наук та міжнародних зв'язків

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	7
ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	12
1.1. Сутність, види, типи та тенденції розвитку транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації.....	12
1.2. Фактори розвитку ТНК харчової промисловості на українських просторах економіки.....	20
1.3. Історичний екскурс розвитку ТНК харчової промисловості в країні.....	27
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....	39
2.1. Вплив галузевої структури харчової промисловості України на організацію діяльності ТНК.....	39
2.2. Діяльність ТНК харчової промисловості в Україні в період 2015- 2020 рр.	55
2.3. Особливості територіальної будови ТНК харчової промисловості в Україні.	71
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....	78
3.1 Основні проблеми в діяльності ТНК харчової промисловості та шляхи їх подолання.....	78
3.2 Перспективи подальшого розвитку ТНК харчової промисловості України.....	89
ВИСНОВКИ.....	97
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	101

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ПП – прямі іноземні інвестиції

ТНК – транснаціональна корпорація

ЮНКТАД – конференція ООН з торгівлі та розвитку

НДДКР – науково - дослідні та дослідно- конструкторські розробки

NBS – Nestle Business Services

ХП – харчова промисловість.

ВСТУП

Актуальність. Звертаючись до поняття «транснаціональна корпорація» (далі ТНК) нагадаємо, що Організація Об'єднаних Націй (далі ООН) вперше використала його, маючи на увазі підприємство будь-якої форми власності та країни походження, яке має відділення у двох або більше країнах, що функціонують відповідно до системи прийняття рішень, що дозволяє проводити узгоджену політику та загальну стратегію. Надалі Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) розширила поняття ТНК (transnational corporation, TNC) за допомогою включення до нього головних (материнських) компаній та зарубіжних філій (дочірніх компаній).

За офіційним визначенням ЮНКТАД, транснаціональна корпорація (transnational corporation, multinational corporation, multinational company, multinational enterprise) – це підприємство, що об'єднує юридичних осіб будь-яких організаційно-правових форм і видів діяльності в двох чи більше країнах і провадить єдину політику і загальну стратегію завдяки одному або декільком центрам прийняття рішень.

Сьогодні світ опинився на порозі нового переділу, але не військово-політичного, а економічного, де головними гравцями будуть уже не держави і навіть не блоки країн, а головні транснаціональні корпорації (ТНК) найбільших промислово розвинених держав. Ставками ж є нові ринки, технології та надприбутки.

Саме ТНК – основний структурний елемент економіки більшості країн, провідна сила їх розвитку та підвищення ефективності. Глобальні тенденції інтернаціоналізації виробництва й капіталу, приватизації, стратегічних альянсів і лібералізації зовнішньої торгівлі поставили ТНК у центр світового економічного розвитку. З огляду на них і подальший перерозподіл світових ринків та сфер впливу, можна прогнозувати можливість появи найближчим часом міжнародних суперкорпорацій шляхом злиття, поглинання чи об'єднання найбільших компаній світу.

На сучасному етапі суспільного розвитку важлива роль в економіці кожної країни та світу загалом відводиться ТНК. Світова та національна економіка потребує функціонування таких інституцій, як ТНК, оскільки більшість економік отримує значну підтримку з боку ТНК у вигляді інвестицій, податків, робочих місць тощо. В сучасних умовах господарювання, коли спостерігається значний вплив суспільнополітичних, економічних, соціальних та інших факторів на діяльність ТНК, важливою складовою їх функціонування є державне регулювання. В умовах сьогодення напрями державного регулювання діяльності ТНК в Україні потребують впровадження реформ, які б в майбутньому мінімізували негативні наслідки впливу транснаціональних корпорацій на національну економіку.

Харчова промисловість є важливим видом економічної діяльності в Україні. За вартістю реалізованої продукції вона завжди входила в першу трійку промислових галузей разом із металургією і паливно-енергетичною промисловістю, а віднедавна стала лідером у зв'язку із кризовими явищами у двох інших галузях. Частка харчової промисловості перевищила 20 % у загальному обсязі реалізованої промислової продукції. Найбільшу частку продукції становлять олія та жири, м'ясні та молочні продукти, напої, хліб, хлібобулочні та борошняні вироби.

В Україні діяли понад 10 світових транснаціональних корпорацій харчової промисловості. Серед яких можна виділити Coca-Cola, Danone, McDonalds, Nestle, PepsiCo. Проте на основну увагу заслуговують ТНК, які займаються виробництвом продукції на території України і, як наслідок, розвивають промисловий потенціал країни та створюють нові робочі місця.

Харчова промисловість є важливим видом економічної діяльності України. За вартістю реалізованої продукції вона завжди входила до першої трійки промислових галузей разом із металургією та паливно-енергетичною промисловістю, а нещодавно стала лідером у зв'язку з кризовими явищами у двох інших галузях. Частка харчової промисловості перевищила 20% у загальному обсязі реалізованої промислової продукції. більшу частину

продукції складають олію та жири, м'ясні та молочні продукти, напої, хліб, хлібобулочні та борошняні вироби.

В Україні діяло понад 10 світових транснаціональних корпорацій у харчовій промисловості. Серед яких можна назвати Coca-Cola, Danone, McDonalds, Nestle, PepsiCo. Проте на основну увагу заслуговують ТНК, які займаються виробництвом продукції на території України і, як наслідок, розвивають промисловий потенціал країни та створюють нові робочі місця.

Мета роботи – надати оцінку стану впливу ТНК на харчову промисловість, проаналізувати галузеву структуру та територіальні особливості ТНК харчової промисловості України, а також визначити їх проблеми та перспективи розвитку.

Для досягнення зазначеної мети в ході дослідження даної проблеми були поставлені наступні завдання:

- охарактеризувати ТНК країни, описати їх фактори розвитку;
- висвітлити історичні аспекти розвитку харчової промисловості країни;
- дати оцінку галузевій структурі ТНК харчової промисловості;
- дослідити динаміку розвитку ТНК України;
- надати оцінку територіальним особливостям на сучасному етапі розвитку;
- визначити тенденції розвитку харчової промисловості України;
- визначити основні бар'єри розвитку та шляхи їх подолання.

Об'єкт дослідження – транснаціональні корпорації в Україні, їх стан, розвиток та основні проблеми, а також їх вплив на харчову промисловість.

Предмет дослідження – сукупність факторів та умов, що визначають розвиток транснаціональних корпорацій, здебільшого харчової промисловості.

Методи дослідження. При здійсненні аналізу харчової промисловості України та її ТНК були застосовані наступні методи дослідження: індукції та дедукції, економічного спостереження, метод порівняння, статистичного

спостереження, а також метод системного аналізу та синтезу; метод діалектики, моделювання та сценарного підходу, формальної логіки, причинно-наслідкових зв'язків, наукового абстрагування, синтезу, спостереження.

Методологічна основа дослідження було складено з звітів уряду, міністерств, агалітичних агентств, статистичні дані Міністерства статистики, міжнародних організацій, дані наукових періодичних видань, нормативно-правові документи органів законодавчої та виконавчої влади, наукові ресурси Інтернет.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в концептуальному підході до налагодження взаємозв'язку між економічними інтересами України та ТНК світу харчової промисловості, з метою вдосконалення господарської системи та забезпечення ефективного розвитку національної економіки.

Практичне значення отриманих результатів сприяють подальшому розвитку теоретичних підходів до визначення впливу економічних інтересів на процес формування господарської діяльності, що відповідає вимогам економічної стабільності та конкурентноспроможності в умовах глобалізації під впливом ТНК харчової промисловості.

Практична значимість дослідження дозволяє застосовувати основні положення, показники та висновки у процесі вдосконалення макроекономічної політики держави та побудови промислових зв'язків.

Матеріали роботи можуть бути використані під час проведення занять, в процесі наукового дослідження в діяльності спеціалістів з економічних наук та міжнародних зв'язків.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

1.1. Сутність та характеристика ТНК як економічної діяльності, її класифікація.

Транснаціональна корпорація, або ТНК — це корпорація, яка здійснює міжнародне виробництво промислових продуктів на основі прямих іноземних інвестицій та має прямий контроль над своїми закордонними філіями. Філії ТНК організують виробництво продукції або надання послуг в відповідно до глобальної стратегії материнської компанії.

За існуючою методологією ЮНКТАД, до ТНК належать ті міжнародні фірми, показники діяльності яких задовольняють наступними двома критеріями:

- наявність материнської компанії і підрозділів за кордоном не менше ніж у 2 країнах світу. Закордонні підрозділи можуть засновуватися компанією на основі прямих іноземних інвестицій через створення виробничих потужностей або через злиття та поглинання інших підприємств;
- контроль активів закордонних підрозділів — передбачає, що частка акціонерного капіталу в дочірньому підприємстві, що належить материнській компанії в іншій країні, становить 10 % або більше. У деяких країнах цей поріг може бути вищим, наприклад, у Великій Британії частка іноземного капіталу має становити 20 % і більше.

Макроструктура ТНК визначає характер відносин між її структурними елементами: головною компанією та підпорядкованими їй підприємствами. Як правило, у центрі ТНК знаходиться материнська компанія, яка здійснює централізоване планування, управління та контроль за діяльністю інших підрозділів ТНК.

Згідно з методологією ЮНКТАД, закордонні підрозділи транснаціональних корпорацій можуть бути 3 видів:

- Дочірнє підприємство — це акціонерне підприємство у приймаючій країні, більше половини акцій якого «перебуває у власності іншого підприємства, яке має право призначати або усувати більшість членів адміністративних, управлінських або наглядових органів». Таким чином, дочірнє підприємство повністю контролюється материнською компанією ТНК.
- Асоційована компанія — це акціонерне підприємство у приймаючій країні, у якому «від 10 до 50 % акцій належить іноземному інвестору». При цьому материнська компанія отримує лише частковий контроль за діяльністю асоційованої фірми у межах частки капіталу, що їй належить.
- Філія — неакціонерне підприємство, що «повністю або частково перебуває у власності інвестора, при цьому може набувати таких форм:
 - 1) постійне представництво іноземного інвестора у певній країні;
 - 2) неакціонерне спільне підприємство, сформоване іноземним інвестором і третіми сторонами;
 - 3) земельні ділянки та/або нерухоме майно, що прямо належить іноземному резиденту»

ТНК здійснюють свою діяльність, ґрунтуючись на кількох важливих принципах:

- Здійснення прямих іноземних інвестицій з метою створення виробничих потужностей за кордоном.
- Використання різних форм міжнародного поділу праці (предметна, подетальна, технологічна спеціалізація), яка дозволяє розміщувати різні ланки виробничого процесу у різних країнах світу.
- Розробка, передача та використання передової технології у рамках замкнутої корпоративної структури, що дозволяє максимально ефективно використовувати витрати на дослідження і розробки.

- Внутрішньокорпоративна торгівля, яка здійснюється між окремими підрозділами ТНК із застосуванням трансфертних цін. Трансфертні ціни встановлюються ТНК на рівні, що істотно відрізняється від ринкових цін, тобто є значно більшим або меншим за ціни на ті самі товари на світовому ринку.
- Глобальний підхід до управління — оптимізація діяльності корпорації у цілому, а не окремих її складових. Цей принцип означає необхідність субсидувати розвиток окремих підрозділів з метою досягнення максимального прибутку у довгостроковому періоді.

Кожна з 500 найбільших ТНК США має в середньому підприємства 11 галузей, а найбільш могутні охоплюють по 30-50 галузей. У групі з 100 провідних промислових фірм Великої Британії багатогалузевими є 96, у Німеччині — 78, у Франції — 84, в Італії, — 90. Кількість і характер вхідних у ТНК підприємств визначається головним чином економічною доцільністю.

ТНК часто діляться на три великі групи:

- Горизонтально інтегровані ТНК — керують підрозділами, розташованими в різних країнах, що виробляють однакові або подібні товари.
- Вертикально інтегровані ТНК — керують підрозділами в певній країні, які виробляють товари, що поставляються в їх підрозділи в інших країнах.
- Роздільні ТНК — керують підрозділами, розташованими в різних країнах, які вертикально або горизонтально не об'єднані.

В цілому ТНК забезпечують близько 50 % світового промислового виробництва. На ТНК припадає понад 70 % світової торгівлі, причому 40 % цієї торгівлі відбувається усередині ТНК, тобто вони відбуваються не за ринковими цінами, а за так званими трансфертними цінами, які формуються не під тиском ринку, а під довгостроковою політикою материнської корпорації. Дуже великі ТНК мають бюджет, що перевищує бюджет деяких країн. З 100 найбільших економік у світі, 52 — транснаціональні корпорації,

інші — держави. ТНК справляють великий вплив в регіонах, оскільки мають значні кошти, вплив на громадськість, політичне лобі.

Транснаціональні корпорації відіграють важливу роль в глобалізації.

ТНК мають дуже вагомую роль в світових науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробках (НДДКР). На частку ТНК припадає понад 80 % зареєстрованих патентів, при цьому на частку ТНК припадає і близько 80 % фінансування НДДКР. ТНК — це не тільки виробничі підприємства, такі, як, наприклад, «Siemens», але і транснаціональні банки, телекомунікаційні компанії, страхові компанії, аудиторські компанії, інвестиційні і пенсійні фонди.

Транснаціональні корпорації, безсумнівно, є одними з — можливо, найважливіших — основних формувачів сучасної глобальної економіки. Безсумнівно, що їх значення збільшується, оскільки все більше компаній із ширшого діапазону власних баз стають транснаціональними на більш ранньому етапі свого розвитку. Але ТНК набагато різноманітніші, ніж часто стверджують. Не всі є «глобальними» корпораціями. Справді, таких дуже мало. ТНК бувають найрізноманітніших форм і розмірів, і існують значні відмінності між ТНК з різних країн походження. Правило різноманітність, а не однорідність.

Як організація, так і географія великих ТНК, а також їхніх транснаціональних виробничих мереж надзвичайно складні та динамічні. У цілком реальному сенсі глобальну економіку можна уявити як складно пов'язані локалізовані кластери діяльності, різними способами вбудовані в різні форми транснаціональної корпоративної мережі, які, у свою чергу, сильно відрізняються за своїм географічним протяжністю. Деякі ТНК мають глобальну — або принаймні регіональну — широку; інші більш обмежені географічно. Однак у всіх випадках фірми в певних місцях — і, отже, самі місця — дедалі більше пов'язані в транснаціональні мережі. Це неминуче створює напруженість між ТНК та іншими значущими суб'єктами світової економіки: державами, місцевими громадами, робочою силою, споживачами

та організаціями громадянського суспільства. ТНК мають не тільки власні географічні місця, але вони також створюють нові географії, в які включаються місця по всьому світу. Добре це чи погано – це предмет гарячих дискусій.

Глобалізація впливає на торгівлю, багато компаній працюють за кордоном.

Транснаціональні корпорації (ТНК) чи транснаціональні корпорації (ТНК) - це компанії, які працюють більш ніж в одній країні. Unilever, McDonalds та Apple – все це приклади ТНК.

ТНК зазвичай мають офіси та штаб-квартири в розвинених країнах. У них часто є фабрики в країнах, які не так економічно розвинені, щоб використати дешевшу робочу силу.

Коли ТНК розташовується всередині країни, вона має свої переваги і недоліки.

Переваги розміщення ТНК у країні:

- створення робочих місць
- стабільний дохід і надійніший, ніж сільське господарство
- покращена освіта та навички
- інвестиції в інфраструктуру, наприклад, нові дороги – допомагають місцевим жителям, а також ТНС
- допомогти в експлуатації природних ресурсів
- найбільш розвинена економічна база для країни

До недоліків розміщення ТНК у країні можна віднести:

- менша кількість працюючих, враховуючи масштаб інвестицій
- погані умови праці в деяких випадках
- заподіяння шкоди навколишньому середовищу через ігнорування місцевих законів
- прибуток іде компаніям за кордон, а не місцевим жителям
- невелике реінвестування на прилеглу територію

- Фабрики часто не працюють, а робочі місця небезпечні. Якщо витрати на робочу силу збільшуються, компанія може переїхати до іншого місця.
- природні ресурси надмірно експлуатуються

Говорячи про юридичні ознаки ТНК, слід погодитися з думкою, висловленою М. М. Богуславським про те, що «найхарактернішою особливістю ТНК є невідповідність між економічним змістом, економічною сутністю та юридичною формою, при цьому економічна єдність оформляється юридичною множинністю, що служить інтересам власників ТНК» [1, с. 123]. Очевидно, що на практиці і справді складно визначити належність ТНК тій чи іншій державі, оскільки материнські, дочірні, онукові тощо компанії можуть створюватися по праву різних держав і мати різну правосуб'єктність. Це свідчить про те, що основними ознаками ТНК, які дозволяють розкрити їхню правову природу, є наступні:

- 1) юридична множинність;
- 2) міжнародний характер діяльності;
- 3) здатність впливати на економіку держави, що приймає. Розглядаючи

класифікацію ТНК, звернемося до стандартів ЮНКТАД, за якими всі ТНК, що функціонують у світовій економіці, можна поділити на:

- 1) міжнародні (тобто національні монополії із зарубіжними активами);
- 2) багатонаціональні (або мультинаціональні (multinational enterprise, MNE), тобто міжнародні корпорації, що об'єднують національні: компанії низки держав на виробничій та науково-технічній основі);

3) глобальні (global company, т. е. корпорації, які інтегрують воєдино господарську діяльність, здійснювану у різних країнах). Таким чином, в основі класифікації видів ТНК лежить ступінь транскордонного проникнення, чим вона вища, тим більше інтеграційною буде діяльність ТНК. Тому міжнародні ТНК є національними за своїм капіталом, але міжнародними у сфері діяльності; мультинаціональні ТНК є міжнародними як у сфері діяльності, а й у капіталу; а глобальні ТНК є міжнародними і у

сфері діяльності, і з капіталу, і навіть об'єднують зовнішньоекономічну діяльність, здійснювану у різних країнах.

На думку А. А. Гітіна, основними стадіями проникнення ТНК у вигляді транснаціоналізації є:

1) загальне присутність ТНК над ринком (крім здійснення зовнішньоторговельних поставок без відкриття представництва) — може виражатися існування постійного офісу підприємства (представництва, філії, дочірньої компанії, спільного підприємства), а також сюди слід віднести випадки, коли ТНК не має представництва, але веде масштабну невиробничу діяльність, крім торгової (інжинірингову, консалтингову);

2) створення виробництва (причому необов'язково матеріального) — навіть якщо воно незначне, це якісно вищий етап проникнення підприємства у національну економіку, ніж навіть масштабні торгові поставки;

3) розміщення ТНК науково-дослідної та дослідно-конструкторської діяльності - це свідчить про дуже високу оцінку компанією національного кадрового та науково-технічного потенціалу приймаючої країни (особливо значущий такий факт стосовно ТНК новітніх галузей, для тих же країн ця форма представляє прямий шлях залучення до зарубіжного технологічного досвіду)

На мій погляд, автор тут явно змішує різнопланові поняття "представництво", "філія", "дочірня компанія", "спільне підприємство", що призводить його до юридично неправильного трактування основних стадій проникнення ТНК на ринок держави, що приймає. Відкриття філії — це створення виробництва, оскільки філією є відокремлене підрозділ юридичної особи, здійснює все чи частина функцій юридичної особи, зокрема і функцію представництва. Інша справа — представництво юридичної особи, яке здійснює захист та представництво інтересів юридичної особи. Ще суттєві відмінності між представництвом та спільним підприємством. Тому якщо говорити про стадії проникнення ТНК в економіку держави, що приймає, то можна виділити дві основні з них:

1) загальну присутність ТНК на внутрішньому ринку (укладання зовнішньоекономічних угод, у тому числі і за допомогою представництв ТНК);

2) створення виробництва біля приймаючої держави (відкриття філії ТНК, дочірньої компанії чи створення спільного підприємства). Кожна із зазначених стадій може охоплювати як окремі заходи щодо укладання, зміни та припинення зовнішньоекономічних угод, так і цілий комплекс юридичних дій щодо створення юридичної особи, або філії та представництва [7, с. 43]. Таким чином, були виділені дві стадії проникнення ТНК в економіку держави, що приймає, з яких перша є початковою, на якій проводяться всілякі дослідження, в результаті яких приймається одне з рішень: або про перехід на наступний вищий ступінь проникнення, який і призводить до створення виробництва або про те, щоб не переходити на наступну стадію. Другою стадією якраз і є виробництво на території приймаючої держави, яке може бути здійснене за допомогою відкриття філії ТНК, дочірньої компанії або створення спільного підприємства. А ось участь ТНК на ринку держави, що приймає, шляхом розміщення науково-дослідної та дослідно-конструкторської діяльності на наш погляд не є стадією проникнення, так як цю діяльність її неможливо здійснити без створення виробництва або без загальної присутності на ринку приймаючої держави.

Транснаціональні корпорації входять до найбільших економічних інститутів світу. Деякі експерти припускають, що 300 найбільших ТНК володіють або контролюють щонайменше чверть усіх виробничих активів світу. Це коштує близько 5 трлн доларів США.

Це демонструє величезний масштаб та вплив ТНК у світовій торгівлі.

Деякі ТНК можуть впливати безпосередньо на країни, що розвиваються (Україна, наприклад):

- наймання державних службовців, що беруть участь у розробці економічної політики
- робити фінансові пожертвування політичним партіям

- хабарництво

Деякі ТНК вдаються до допомоги розвинених урядів для просування або захисту своїх інтересів у країнах. Іноді при цьому використовувалася військова сила

У 1954 році США почали вторгнення в Гватемалу, щоб завадити гватемальському уряду забрати землі, що не використовуються, у United Fruit Company для перерозподілу серед селян.

ТНК у сукупності є найпотужнішою економічною силою у світі, але жодна міжурядова організація має регулювати їх поведінку. Це, природно, сприяє розвиненому світу і гальмує розвиток країн.

1.2. Фактори розвитку ТНК харчової промисловості на українських просторах економіки.

У сучасному світовому господарстві та міжнародних економічних відносинах основним суб'єктом є транснаціональні корпорації (ТНК). Саме ці компанії в країнах базування та своїх зарубіжних філіях виробляють більше половини світового ВВП, на них припадає міжнародні торгівлі та міжнародне переміщення капіталу, міжнародний обмін технологіями, тільки у зарубіжних філіях цих промислових та сервісних гігантів працює 53 млн. людей. У всіх тенденціях розвитку світового господарства (інтернаціоналізація, глобалізація, лібералізація тощо) першопричиною або фактором, що розширює, є діяльність ТНК. Особливу роль транснаціональні корпорації грають у міжнародних інтеграційних процесах, посилюючи взаємозв'язок реальних секторів національних господарств країн, що об'єднуються, через розвиток кооперації виробництва та забезпечення зайнятості, збільшення обміну підприємницьким та позичковим капіталом, поглиблення міжнародного поділу праці.

Нефінансові транснаціональні корпорації переважно представляють великий і найбільший підприємницький капітал, надаючи сильний вплив, як у економіку приймаючих країн, і країн базування і навіть, передусім, ними.

Число таких компаній і географічний розмах транснаціонального бізнесу рік у рік зростає, і настав час серйозно осмислити можливість, умови та наслідки масштабного включення російського підприємництва в цей особливий, по суті, вищий ешелон міжнародного бізнесу. Причому проаналізувати комплексно, по-новому, не зациклюючись на витоку капіталу з країни, як це робилося досі в науковому аналізі. Необхідно розробити чітку стратегію та тактику експансії промислового капіталу у тісному взаємозв'язку з національними економічними інтересами. Зрозуміло, що особлива роль у забезпеченні цього взаємозв'язку.

ТНК володіють або контролюють комплекси виробництва та/або обслуговування, що знаходяться за межами країни базування. На відміну від звичайної корпорації, яка функціонує на світових ринках, ТНК переносить за кордон не товар, а сам процес вкладання капіталу, поєднуючи його із закордонною робочою силою в межах міжнародного виробництва.

Україна викликає особливий інтерес ТНК у тих галузях, в яких яскраво виражені конкурентні переваги щодо національних компаній. У 2019 р. найпривабливішим для ТНК та інвесторів із країн ЄС та США були такі сектори української економіки: харчова промисловість та переробка сільськогосподарських продуктів (16,3% від загального обсягу прямих іноземних інвестицій);

В Україні найбільшими ТНК, які вклали значні фінансові ресурси, є Pepsi Cola з обсягом інвестиційних коштів – 250 млн. дол., «Київстар GSM» - 240 млн. дол., Coca-Cola- 230 млн. дол. та ін. Лідуючі позиції у 2019 р. займають такі корпорації, як McDonald's, Nestle SA., British American Tobacco та ін.

Українська економіка має привабливий характер для іноземних інвесторів через природносировинний потенціал, відносно дешеву робочу силу та високий технічний рівень підготовки спеціалістів. Безперечно, транснаціональні корпорації можуть модернізувати капіталоемні

виробництва, що дасть змогу покращити їх загальний технологічний рівень, збільшити конкурентні переваги на світових товарних ринках.

Варто акцентувати увагу на тому, що ТНК чинять тиск на політику приймаючих держав, втручаються в їхні внутрішні справи, підкупають місцевих чиновників в інтересах отримання вигідних замовлень, податкових пільг. Звідси випливає низка проблем, таких як політичні скандали, корупція, податкові зловживання, спроби застосування у своїй діяльності законів і інших норм країн походження ТНК, відмова визнавати виключну юрисдикцію місцевих судів тощо. Нерідко ТНК, маючи в своєму розпорядженні свої філії за кордоном, намагаються витіснити з ринку національних виробників аналогічного продукту з метою завоювання монопольних позицій і, як згодом з'ясувалося, монопольних цін. Одним із головних інструментів ухилення від оподаткування ТНК є трансфертні ціни, що використовуються для переказу прибутку і скорочення податків. Маючи в своєму розпорядженні свої філії і дочірні компанії за кордоном, ТНК, які займаються шкідливими виробництвами, часто вибирають країни, де немає жорстких вимог до охорони навколишнього середовища, а це призводить до його забруднення у приймаючих країнах. Важливим є з'ясування наслідків розширення діяльності ТНК на національному ринку та виділення основних напрямів розвитку власних ТНК. Особливу увагу слід приділити питанням економічної безпеки, під якою розуміють стан національної економіки, що дає можливість задоволення життєво важливих потреб країни в матеріальних благах, незалежно від виникнення у світовій економічній системі або всередині країни форс-мажорних обставин соціально-політичного, економічного або екологічного характеру. При цьому негативних економічних наслідків, на нашу думку, може бути більше, ніж переваг, і не тільки для приймаючої країни, а й для країни базування.

Важливим виступає з'ясування наслідків розширення діяльності ТНК на українському ринку та виділення основних напрямів розвитку власних ТНК. На особливу увагу заслуговують питання економічної безпеки, під

якою розуміють стан національної економіки, що забезпечує задоволення життєво важливих потреб країни в матеріальних благах незалежно від виникнення у світовій економічній системі або всередині країни форс-мажорних обставин соціальнополітичного, економічного або екологічного характеру. Також саме ТНК під силу проводити такі науково-дослідні роботи, фінансувати розробки науково-технічного прогресу, а оскільки наукоємні технології є визначальним вектором розвитку економіки в ХХІ ст., то і держава відповідно має створювати за допомогою як правових, так і економічних механізмів умови для захисту та гнучкої інтеграції національної економіки в сучасну інноваційну економіку світу

До вищезазначеного можна додати, що іноземні інвестори найчастіше «захоплюють» найперспективніші та найбільш розвинуті сектори приймаючих країн і можуть нав'язувати національним підприємствам свої корпоративну культуру, небезпечні технології, екологічно небезпечні матеріали тощо. У багатьох країнах такі галузі, як металургія, транспорт, суднобудування, енергетика та телекомунікації, є закритими для іноземних інвесторів, тому що вони є основою національної економічної безпеки. Проте Україна дозволяє іноземним інвесторам увійти в ці галузі, що може призвести до зростання залежності економіки країни від іноземних ТНК.

Іноземні ТНК готові здійснювати свою діяльність в Україні, але на заваді їм стають такі фактори, як:

- недоліки системи регулювання відсутність в Україні сталої стратегії та відповідного національного плану дій,
- недосконалість національного права, відсутність стабільності в економічній та політичній ситуації,
- критичний рівень корупції в усіх сферах господарської діяльності і нездатність судової системи функціонувати належним чином,
- критична ситуація з незалежністю судової системи, низький рівень платоспроможності українських споживачів, забюрократизованість і складність податкової системи.

За індексом сприятливості податкової системи, що розраховується з урахуванням трьох показників (кількість платежів, час, необхідний для сплати податків та загальний розмір податків) Україна посідає 181 місце серед 183 країн.

На сьогодні економіка України має багато невирішених питань, серед яких: дефіцит бюджету та борги, збройний конфлікт на Сході країни, спад промислового виробництва, банківська криза, яскраво виражена інфляція тощо. З цієї причини починаючи з 2014 року спостерігалось стрімке скорочення кількості ТНК на ринках України, при чому не тільки іноземних, а й вітчизняних. Відбувається зменшення об'єму ПІІ, кількості філій і дочірніх підприємств, особливо на сході України, де наразі триває збройне протистояння. На жаль, до того часу, поки воєнно-політична і економічна ситуація в Україні не врегулюється, прогнозується подальший спад активності ТНК і зменшення обсягу ПІІ в економіку України.

Можна сказати, що ТНК на сьогоднішньому етапі розвитку світового господарства відіграють важливу роль. Оскільки вони мають вплив на економіки приймаючих країн, стимулюють науково-технічний процес, інтернаціоналізацію господарства, відкривають доступ до фінансових ресурсів ТНК, інтеграцію у світові економічні процеси, доступ до зовнішніх ринків. Українським підприємствам слід вступати у співпрацю з іноземними ТНК не в якості джерела дешевих сировинних ресурсів або відсталого технологічного приросту, а використовувати переваги залучення іноземних інвестицій, які варто вкладати у розвиток технологічних ліній, проведення НДДКР, розробок, маркетингу підприємств тощо. А допомогти налагодженню здорового інвестиційного клімату здатне ефективне нормативноправове регулювання.

Спостерігається також негативний вплив експансії іноземних ТНК на ряд областей української економіки (наприклад, автомобілебудування, тютюнову і харчову промисловість), домінування експортних стратегій завоювання ринку (у тому числі - псевдоінвестиційних), і переважаюча

орієнтація ліцензійних і інвестиційних стратегій, що застосовується в Україні, на отримання короткострокових прибутків і відтік коштів.

Експансія закордонних ТНК в Україні супроводжується застосуванням “змішаних і “замаскованих” псевдоінвестиційних стратегій”. При цьому в багатьох випадках інвестиційні стратегії є інвестиційними лише номінально, тоді як основною причиною їх застосування є не використання виробничого потенціалу України, а мінімізація митних відрахувань. При цьому сума необхідних для псевдоінвестиційного входження капіталовкладень може бути незіставна не тільки з обігом материнської компанії, а навіть з обігом створеного в Україні підприємства. Це підтвердилося, зокрема, на ринках безалкогольних напоїв і побутової техніки (де інвестицій близько 100 тис. дол. в технології найнижчого рівня виявилось достатньо для отримання основних позицій на ринку).

В цілому, можливості окремих держав протистояти тиску потужних ТНК доводиться визнати досить обмеженими. Тому основне завдання – це не протистояння або боротьба з впливом великих іноземних ТНК, а узгодження їх інтересів з стратегічними пріоритетами економіки України.

З іншого боку, починають створюватися українські ТНК. Про це можна судити з динаміки українських прямих іноземних інвестицій, які є основною формою іноземної експансії ТНК. А структура і динаміка українських потоків прямих закордонних інвестицій (ПЗІ) свідчить про орієнтацію більшості іноземних інвесторів на отримання швидкого прибутку і їх схильність до фінансових зловживань і відмивання коштів. Це зокрема підтверджується:

- наявністю високої частки інвестицій, що здійснюються в негрошовій формі (у формі нематеріальних активів);
- високою часткою офшорних інвестицій, яка коливається від 16 до 23% навіть для інвестицій з країн, визнаних офшорними офіційно;
- високою часткою офшорів у відтоку прямих інвестицій з України (17%). Цей факт також підтверджує наявність потужної тенденції тінізації

економіки, особливо щодо тих країн, для яких приплив капіталу практично тотожний його відтоку (наприклад, Панама). Тотожність відтоку і притоку іноземних інвестицій свідчить про “дублювання” інвестицій, тобто вивіз капіталу з України з метою наступного анонімного “іноземного інвестування” на пільгових умовах з паралельним використанням переваг офшорного оподаткування в Панамі.

Висока латентність українських інвестиційних потоків пояснюється тим, що серйозний інвестор в бізнесі віддає перевагу "цивілізованому середовищу", тому його прихід в економіку є результатом, а не причиною оздоровлення економіки, тоді як невизначеність в економіці і недосвідченість підприємців залучають до України схильних до зловживань інвесторів.

Крім того, альтернативою перетворенню українського ринку в сферу ексклюзивної діяльності іноземних ТНК може стати урядова програма стимулювання становлення українських ТНК. Так, Стратегія економічного розвитку України передбачає сприяння процесам транснаціоналізації українського корпоративного капіталу на користь нарощування його конкурентоспроможності і фінансового потенціалу, а не боротьбу з ними через реприватизацію.

Формування українських ТНК може стати одним з стратегічних пріоритетів державної політики, яка за умови створення відповідного зовнішнього середовища (податкового стимулювання, у тому числі вибіркоче стимулювання перспективних підприємств і областей), сприятиме підвищенню конкурентоспроможності економіки і за рахунок ексклюзивних можливостей ТНК забезпечить виживання національних підприємств в умовах. В той час, як “чистий національний виробник” неминуче програє конкурентну боротьбу. При цьому забезпечення балансу між іноземними і “українськими” ТНК загострить конкурентну боротьбу на ринку і сприятиме як кращому задоволенню потреб споживачів, так і підвищенню конкурентоспроможності національної економіки.

Таким чином, найперспективнішими для формування українських ТНК областями є ВПК, машинобудування, авіаційна, ракетно-космічна, металургійна і хімічна промисловість, електроніка, транспорт, легка і харчова промисловість, наукові дослідження, програмування і веб-дизайн.

1.3. Історичний екскурс розвитку ТНК харчової промисловості в країні.

В Україні фабричне заводське виробництво харчових продуктів виникло у 2 пол. 19 ст. і займало значне місце в структурі промисловості. Переважали дрібні напівкустарні підприємства.

Першу цукроварню на Україні збудували у 1824 р. в селі Троєщині (тепер Канівський район, Черкаської області). Технічне оснащення цукрової промисловості було вищим, ніж інших галузей харчової промисловості. До рівня фабричного виробництва наблизилась спиртова промисловість. Виробництво вина було розвинуте головним чином на півдні України і базувалося на примітивній техніці і технологіях. Паромеханізовані заводи діяли в олійно-жировій промисловості. У 1913 р. в Україні було 92 ценові заводи та понад 2 тисячі дрібних олійниць. Інші галузі були менш розвинуті. Консервну продукцію виробляли 34 напівкустарні підприємства, зосереджені в основному в Херсонській, Таврійській та Київській губерніях. Потреба у хлібі та хлібобулочних виробах задовольнялася в основному за допомогою домашнього виготовлення. У великих містах хлібопечення було представлене дрібними пекарнями. В кондитерській промисловості переважало кустарне виробництво. Невеликі підприємства фабричного типу діяли в Києві, Одесі, Харкові. Пивоваріння характеризувалося сезонністю виробництва і було зосереджено в великих містах. У 1913 р. діяло 218 пивзаводів.

Сіль добували дрібні солепромисловці, які орендували ділянки на морському узбережжі в Криму. Шахтне видобування солі в Донбасі (Артемівськ, Слов'янськ) та на Закарпатті (Солотвино) тільки почало

розвиватися. У тютюновій промисловості навіть на великих фабриках механізація робіт була дуже низькою. На рівні ремесла і, рідше, мануфактури перебували й інші виробництва. М'ясна і молочна промисловість тільки починала розвиватися. Худобу переробляли на дрібних кустарних бійнях. Молочна промисловість була представлена 96 дрібними підприємствами (1913), які в основному виробляли тваринне масло. Продукція з незбираного молока вироблялася на невеликому заводі в Одесі.

Близько 80 % риби на Україні виловлювали в прибережних зонах Азовського та Чорного морів пасивними засобами лову. Частина рибальства зосереджувалася на внутрішніх водоймах та великих ріках.

В 1913 р. в Україні діяло 1365 великих підприємств, на яких виробляли 43,5 % валової продукції галузі.

За роки радянської влади харчова промисловість перетворилася на потужну галузь індустрії. Поряд з інтенсивним розвитком традиційних галузей було створено ряд нових: и'ясопереробну, молочноконсервну, маргаринову, харчоконцентратну. Значно зміцніла сировинна база, поліпшилося географічне розташування підприємств, створено сотні виробничих і агропромислових об'єднань. Серед найбільших об'єктів харчової промисловості, введених в дію у цей час, — Ворошилоградський, Київський, Одеський, Полтавський, Вінницький м'ясокомбінати, молочні заводи в Харкові, Києві, Дніпропетровську, хлібозаводи в Донецьку, Харкові, Одесі, Києві. Водночас проводилася велика робота з підготовки кваліфікованих кадрів харчовиків. Як результат, у 1940 р. обсяг виробництва продукції харчової промисловості України збільшився порівняно з 1913 р. в 2,6 рази.

Створення нових галузей та їх прискорений розвиток поліпшили галузеву структуру харчової промисловості. Питома вага цукрової і спиртової промисловості знизилася за абсолютного зростання виробництва продукції цих галузей. Зросла частка хлібопекарської, м'ясної, молокопереробної промисловості.

Під час II Світової Війни харчова промисловість України зазнала значних втрат: було зруйновано понад 80 % її виробничих потужностей, різко скоротилися сировинні ресурси. У 1944 р. виробництво найважливіших продуктів харчування зменшилося у порівнянні з 1940 р. у 7...13 разів.

У післявоєнні роки харчова промисловість була відбудована. У 1952 р. загальний обсяг виробництва продукції перевищив довоєнний рівень. У наступні роки здійснювалося нове будівництво, впроваджувалося автоматизоване устаткування, високопродуктивні машини, апарати, конвейєри. Було збудовано близько 160 нових об'єктів, реконструйовано і технічно переоснащено понад 500 підприємств. Зокрема, введено в дію великі цукрові заводи у Київській, Львівській, Полтавській, Тернопільській і Хмельницькій областях, соляні шахти в Донецькій та Закарпатській областях, найбільший на той час в Європі олієекстракційний завод у м. Пологах (Запорізька область), ряд консервних підприємств, 15 пиво-безалкогольних заводів, винозавод "Ольвія" (Миколаївська область), понад 40 хлібозаводів, 59 підприємств з переробки молока, потужні м'ясокомбінати в Житомирі, Ковелі, Кам'янці-Подільському, Лубнах, Червонограді.

У 1982 р. в харчовій промисловості України налічувалося 16 тисяч підприємств понад 25 міністерств і відомств. Питома вага харчової промисловості у загальному обсязі промислового виробництва становила 19,1 %. Розвиток харчової промисловості на період до 1990 р. здійснювався відповідно до вимог Продовольчої програми СРСР.

У 2000-их р.р. спостерігається позитивна динаміка розвитку харчової промисловості. Однак в окремих областях (АРК Крим, Волинська, Кіровоградська, Львівська, Рівненська, Сумська, Хмельницька, Чернівецька, Чернігівська області) в різні роки відбувався спад виробництва. Основними чинниками були проблеми з розвитком сировинної бази, несприятлива ринкова кон'юнктура, в тому числі на світовому агропродовольчому ринку.

До регіонів з порівняно стабільною динамікою розвитку харчової промисловості відносяться Київська область та місто Київ, Запорізька,

Дніпропетровська, Вінницька, Закарпатська, Полтавська, Миколаївська, Харківська, Херсонська, Черкаська області. В цю групу входять індустріальні регіони з високою густотою населення, яке забезпечує стабільний попит на продукцію галузі, а також регіони, що мають потужну сировинну базу для розвитку харчової промисловості.

Найвідчутніші коливання показників приросту обсягів виробництва спостерігалися в Тернопільській, Рівненській та Одеській областях, в структурі харчової промисловості яких висока питома вага переробних галузей. Крім того, це прикордонні регіони, що відчувають на собі більший тиск з боку імпортованої і контрабандної продукції.

За даними Держкомстату України у 2010 р. кількість промислових підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів становила 22 тисячі, на яких працювало приблизно три мільйони осіб. Питома вага реалізованої промислової продукції харчової промисловості в загальному обсязі промислового виробництва у 2010 р. становила 15,5 %. Асортимент продукції налічував понад 4 тисячі найменувань.

На даний час основними напрямками стимулювання вітчизняних та іноземних інвестицій у харчову промисловість є розробка регіональних програм стимулювання приватних інвестицій, розвиток ринку цінних паперів, створення вільних економічних зон, придбання іноземними інвесторами акцій вітчизняних підприємств харчової промисловості, страхування інвестицій від некомерційних ризиків, концентрація внутрішніх ресурсів за централізованої підтримки з метою реалізації пріоритетних інвестиційних проектів.

Харчова промисловість України може забезпечити продуктами харчування внутрішній споживчий ринок і має значний експортний потенціал.

Перші транснаціональні корпорації харчової промисловості з'явилися на території України в 90-ті роки. Серед них Mcdonalds, Procter&Gamble,

Nestle, компанія Coca-Cola, Pepsi і т.д. За роки своєї діяльності в Україні дані компанії не лише збільшували на вітчизняному ринку, а й сприяли поширенню концепції сталого розвитку бізнесу.

Історія діяльності Nestlé в Україні розпочалася у грудні [1994](#) року — з відкриття у [Києві](#) представництва Société pour l'Exportation des Produits Nestlé S.A. Основна діяльність нової структурної одиниці міжнародної корпорації полягала у просуванні на український ринок пріоритетних на той час брендів Nestlé: NESCAFÉ, Nesquik, Maggi, Nuts та Friskies.

У [1998](#) році Nestlé купує контрольний пакет акцій [Львівської кондитерської фабрики «Світоч»](#). З цього моменту бізнес Nestlé в Україні переходить на новий рівень — компанія розпочинає виробничу діяльність.

У травні 2003 року Nestlé офіційно з'явилося в Україні, зареєструвавшись як ТОВ Нестле Україна.

Наприкінці 2003 року Nestlé S.A. купує 100 % акцій підприємства [«Волиньхолдінг»](#) (ТМ [«Торчин»](#)), що дозволяє компанії стати одним з лідерів у сегменті холодних соусів. У 2010 році «Нестле Україна» знову суттєво розширює своє кулінарне портфоліо, купуючи ТОВ «Техноком» — ведучого українського виробника продуктів швидкого приготування під [ТМ «Мівіна»](#).

На 2016 рік, найбільшими сегментами бізнесу Nestlé в Україні є кулінарія (ТМ «Торчин»), кава та напої (ТМ NESCAFÉ, Coffee-mate), кондитерські вироби (ТМ Nestlé та «Світоч») та продукти швидкого приготування (ТМ «Мівіна»). Компанія успішно працює і в таких напрямках, як дитяче та спеціальне харчування, корми для домашніх тварин, готові сніданки та морозиво.

Сьогодні в компанії Nestlé в Україні працює близько 4500 чоловік.

Загальний обсяг продажів Nestlé в Україні у 2010 році склав 4,016 млрд гривень, продемонструвавши 30,5 % зростання. Компанія є одним з найбільших інвесторів у харчову промисловість України, а також одним з найбільших платників податків. З 2004 року Nestlé S.A. інвестувала в

українську економіку близько 2,5 млрд гривень. У 2010 році підприємства Nestlé в Україні виплатили до державного бюджету 325 млн гривень різних податків і зборів

10 травня 1962 року з метою концентрації виробництва Львівська РадНарГосп ухвалила рішення, згідно з яким Чортківська кондитерська фабрика, Кондитерська фабрика «Більшовик» та Кондитерська фабрика імені Кірова об'єдналися у виробничу фірму «Червона Троянда». З серпня того ж року РадНарГосп перейменувала «Червону Троянду» на «Світоч». В перші роки існування об'єданого підприємства йшло оновлення технічного устаткування та розширення асортименту продукції. За перші 5 років існування обсяг випущеної продукції зріс на 50 %.

У 1967 році, у вигляді експерименту, фірмі дозволили перейти на нову систему планування та економічного стимулювання. З Держбюджету було виділено 2,6 млн рублів, за які було зведено новий 5-поверховий корпус, де у 1969 році відкрилися карамельне та цукерково-шоколадне виробництва.

У 1998 році Nestlé S.A. придбала пакет акцій ЗАТ "Львівська кондитерська фабрика «Світоч», підприємство увійшло до групи компаній світового лідера з виробництва продуктів харчування.

У другій половині 2007 року «Світоч» вирішили реорганізувати із ЗАТ в ТзОВ.

Наприкінці 2009 року на фабриці була введена в експлуатацію нова лінія з виробництва кавових стіків Nescafe. Це ознаменувало перехід «Світоча» на якісно новий рівень: від місцевої кондитерської фабрики до регіонального виробничого центру Nestlé у таких напрямках бізнесу, як кондитерське виробництво та кава.

Станом на 2012 рік загальна сума інвестицій у виробництво склала 235 млн грн.[11] У 2010 році частка Nestle на українському ринку солодоців займала 9 %, у 2011 році — 10 %, а в 2012 — 11,2 %.

У 2012 році «Світоч» відновив випуск шоколадно-вафельних цукерок «Гулівер» та запропонував новинки — вафлі «Артек» у нових смакових варіаціях та шоколадні плитки з горіхами і родзинками.

У 2012 році «Світоч» відсвяткував подвійний ювілей — 130-річчя заснування виробництва та 50-річчя бренду «Світоч».

За словами Геннадія Радченка, директора з корпоративних питань Nestle в Україні та Молдові, на початок 2013 року «Світоч» виготовляє продукцію винятково для українського ринку. Львівські солодоці експортують лише у Молдову.

На початок 2015 року — сучасне високотехнологічне, науково містке підприємство, що розвивається. Діють лінії з виробництва вафель, шоколадних плиток та цукерок, принципово нове автоматизоване виробництво з підготовки шоколадних мас.

Директор ПрАТ «Волиньхолдинг» — Штефан Шаффельд, за освітою інженер-хімік, розпочав кар'єру в Nestlé у 1994 році (громадянин Нідерландів).

Приватне акціонерне товариство «Волиньхолдинг» засновано у 1994 році. Наприкінці 2003 року Nestlé придбала 100 % акцій підприємства.

ПрАТ «Волиньхолдинг» є одним з найбільш динамічних підприємств харчової промисловості в Україні: за період своєї діяльності на ринку соусів та приправ компанія впевнена тримає лідируючу позицію. Продукція «Волиньхолдинг» добре відома на українському ринку та за кордоном, — це майонези, кетчупи, соуси, гірчиці і приправи, які виробляються за класичними фірмовими рецептурами та реалізуються під торговою маркою «Торчин».

Визначальна причина успіху бренду «Торчин» — якість продукції. Важливу роль успішності бренду відіграли також вдалі інновації, особливо м'яка упаковка «дой пак». Слід зазначити, що продукція підприємства сертифікована та відповідає світовим стандартам якості.

У 2010 році «Волиньхолдинг» досяг своєї максимальної потужності у 100 тис. тон готової продукції на рік. Введено в експлуатацію першу чергу нового підприємства, що включає склад сировини для виробничих потужностей ПрАТ «Волиньхолдинг» та склад готової продукції, що на сьогодні є одним з найбільших в Європі логістичних центрів для зберігання готової продукції та сировини. Потужності складського приміщення складають 250 тис. тонн на рік. На складах, де встановлено найсучасніше складське обладнання, одночасно може розміщуватися до 25 тис. палет. Крім цього, логістичний центр забезпечуватиме проведення всіх імпорتنих та експортних операцій в Україні.

ПрАТ «Волиньхолдинг» забезпечує роботою 882 працівника із середньою заробітною платою 1 988 грн (менеджери — 4 186 грн; робітники — 1 983 грн) станом на 2010 рік.

Обсяг виробництва підприємства у 2010 році становив 79,7 млн кг на суму 592,7 млн грн. Сума сплачених податків, зборів та обов'язкових платежів у 2010 році склала 24,5 млн грн.

Інвестиції на розвиток та модернізацію підприємства у 2010 році досягли 61 млн грн.

Фінансовий стан підприємства стабільний, своєчасно проводяться розрахунки по обов'язкових платежах та виплати заробітної плати. Продукція компанії експортується до Росії, Молдови, Республіки Білорусь, Німеччини, Грузії, Литви.

1994 рік. ПрАТ «Волиньхолдинг» зареєстроване в містечку Торчин, за 25 км від Луцька. Спочатку підприємство займалось виробництвом води. На етикетці зазначалось «Дональд Дак». Та через кілька місяців після початку існування марки, прийшов лист із Австралії, у якому волинян просили підтвердити правомірність використання цієї торгової марки. Щоб не доводити ситуацію до конфлікту, вирішили змінити марку, назвавши продукт за місцем виробництва.

Так у 1995 році з'явилась торгова марка «Торчин продукт», під якою випускались майонези та кетчупи в скляних баночках та гірчицю в пет-банці.

1997 рік. Куплена лінія з виробництва упаковки doy-pack («дойпак»). Раніше таку упаковку в Україні зовсім ніхто не використовував. Навіть у Європі її застосовували тільки для фасування соків, сипучих продуктів і виробництва майонезу.

1997—1998 рр. Франчайзинг — випускали майонез «Довгань». Після цього почали робити ще більше — запропонували свої послуги з випуску майонезу світовому гіганту Helmans. Та переговори не увінчались успіхом.

1998 рік. Почали випускати в «дой-пак» кетчупи «Торчин продукт».

1 грудня 2003 рік. Абсолютним лідером ринку холодних соусів компанія «Волиньхолдинг» влилась у групу компаній Nestlé.

У [1995](#) році корпорація «Техноком» почала продаж [вермішелі швидкого приготування](#) під назвою «Мівіна». Незабаром ця назва стала прозивною серед українських споживачів — часто вермішель, яка готується запарюванням окропом на три хвилини називають «мівіною», незалежно від фірми-виробника.

У [1999](#) році під торговельною маркою «Мівіна» розпочато випуск нового продукту — смакових приправ.

У [2000](#) році асортимент продукції торговельної марки «Мівіна» поповнився ще одним продуктом — вперше в історії української харчової промисловості розпочато виготовлення [картопляного пюре](#) швидкого приготування, що готується всього за 3 хвилини.

У [2002](#) році продукція компанії отримала високі національні й міжнародні винагороди: «Вибір року», «Золота торгова марка», «Вища проба», «Європейська якість».

До [2004](#) року рівень споживання вермішелі «Мівіна» в Україні досяг рекордної позначки — 97 % серед споживачів цієї товарної категорії.

У травні [2007](#) року «Техноком» вивів на ринок України інші страви швидкого приготування «Мівіна Домашня» — три види гарнірів із

натуральним м'ясом і овочами. У листопаді [2007](#) року налагоджено виробництво готових рідких супів «Мівіна Домашня» — унікального для українського ринку продукту. Перші й другі страви «Мівіна Домашня» виробляються за технологією «Keep all fresh».

У квітні [2008](#) року компанія почала виробництво нового продукту під ТМ «Мівіна Привіт обід» — локшина з натуральним м'ясними соусом.

[23 квітня 2008](#) року смакові приправи «Мівіна» стали переможцями всенародного конкурсу-рейтингу «Бренд року — 2008».

В лютому [2010](#) року «Техноком» увійшов до складу групи компаній **Nestlé**.

[4 липня 2011](#) р. Nestlé S.A. відкрила у Львові "Об'єднаний бізнес-сервіс-центр Nestlé Львів (NBS Lviv).

Львівський центр, що має статус філії ТОВ «Нестле Україна», став п'ятим у світі внутрішнім сервіс-центром, який у складі міжнародного підрозділу «Бізнес Сервіс Nestlé» (GNBS) забезпечує обслуговування фінансових операцій і процесів з управління персоналом для підприємств і організацій компанії у Східній і Центральній Європі.

NBS центр у Львові обслуговує фінансові операції Nestlé в Україні, Росії, Польщі, Чехії, Словаччині, Угорщині, Болгарії, Румунії, Греції та країнах Адріатики. Загалом центр розрахований на обслуговування понад 20 країн регіону.

Станом на 2020 рік. компанія Nestlé Ukraine просуває на українському ринку продукцію міжнародних торгових марок компанії: Nescafé, Світоч, Nesquik, Coffee-Mate[en], Торчин, Nuts, KitKat, Lion[en], Purina, Мівіна, Nespresso, Gerber, Bistrot.

Україна стала шостою пострадянською державою, де почала роботу мережа McDonald's. 24 травня 1997 року біля станції метро «Лук'янівська» в Києві було відкрито перший ресторан «Макдональдз» в країні. Того ж року ресторани мережі з'явилися у Дніпрі та Харкові. Наразі двома найбільш відвідуваними ресторанами в країні є заклади поруч з київським та одеським

залізничними вокзалами. В п'ятірку також входять і ще два ресторани у Києві та один в Одесі.

Вся діяльність ресторанів «МакДональдз» здійснюється від імені компанії «МакДональдз Юкрейн Лтд», яка є 100 % власністю McDonald's Corporation. МакДональдз Юкрейн Лтд з часткою 15 % ринку є лідером у своєму сегмент. За перші 14 років роботи української мережі, в її інвестування було витрачено \$100 млн, зокрема \$5 млн — на соціальні потреби. До кінця 2010 року дизайн і внутрішня обстановка всіх закладів мережі приведена до єдиного зразка. Крім того, у 2011 році компанією було розпочато проєкт розвитку в Україні мережі кав'ярень «McCafé». Станом на початок 2017 року, ці кав'ярні були відкриті у 16 закладах в Україні. У березні 2019 року генеральний директор компанії Гжегож Хмелярський пішов у відставку після п'яти років роботи на цій посаді.

У вересні 2021 року компанія заявила, що закриває «McCafé» в Україні через наявність преміальної кави в основному меню всіх ресторанів мережі «McDonald's». У цьому ж місяці компанією були озвучені плани щодо відкриття перших закладів у трьох обласних центрах: Кропивницькому, Чернівцях і Ужгороді, а також повернення до Маріуполя. До того ж, за новою концепцією розвитку нові ресторани мережі стануть відкриватися вздовж трас — першим подібним закладом став ресторан на трасі Київ — Бориспіль у селі Гора Бориспільського району Київської області.

Виробництво «Пепсі-коли» в СРСР почалося під час розрядки, початок був покладений зустріччю в 1971 році президента «PepsiCo» Дональда Кендала з Головою Ради Міністрів СРСР Олексієм Косигінім. На зустрічі були проведені переговори про можливе економічне співробітництво. У 1972 році у рамках угоди про двосторонню торгівлю між СРСР і США були досягнуті домовленості про співпрацю. Результатами цієї домовленості стало те, що компанія отримала право на виробництво горілки «Столичної» в США, а Пепсі-кола стала спочатку продаватися в СРСР (перша партія — в

квітні 1973 року), а потім було почато будівництво заводів з виробництва Пепсі-коли в СРСР (перший — в 1974 році в Новоросійську).

За часів СРСР новосибірський пивокомбінат (нова назва Вінап) випускав Пепсі-колу за ліцензією під назвою Пепсі. Після закінчення ліцензії він став випускати свою Вінап-колу.

Першою роботою компанії Пепсі в Україні стали адаптації креативних матеріалів і акцій зі стимулювання продажів. Як і в усьому світі, Pepsi починає підтримувати місцевих зірок — в 1995—1996 роках компанія виступає спонсором української хокейної команди «Сокіл», а в 1996 році починає просувати музичний напрям — компанія спонсорує улюбленку молоді рок-групу «Green Grey», яка на той момент знаходилася на піку слави. У 1998 році проводиться для Pepsi промо-акція «З Pepsi в Англію — країну футболу».

У 2000 році — адаптація всесвітньої рекламної кампанії за участю Рікі Мартіна. Учасникам чергової акції трапляється нагода знову поїхати в Англію, цього разу — на «ДискоPepsiTeку». Окрім цього, регулярно проводяться in-store акції, які щоразу мають різний антураж, — шкільний, футбольний, музичний та інші. В цілому, увесь комплекс заходів, що проводяться для Pepsi в Україні, підпорядкований всесвітньому позиціонуванню компанії.

РОЗДІЛ 2. ДОСІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОПОРАЦІЙ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.

2.1. Вплив галузевої структури харчової промисловості України на організацію діяльності ТНК.

Харчова промисловість — сукупність галузей промисловості, підприємства яких виробляють продукти харчування, а також тютюнові вироби, мило й мийні засоби, парфюмерно-косметичну продукцію. Харчова промисловість відноситься до стратегічно важливих галузей промисловості будь-якої держави. Підприємства харчової промисловості формують продовольчу безпеку країни, забезпечуючи населення життєво необхідними товарами.

Харчова промисловість є однією з провідних галузей промисловості України. Вона поступається тільки чорній металургії, даючи більш як 17% промислової продукції України. Харчова промисловість має складну структуру, об'єднуючи понад 20 галузей, що виробляють продукти харчування. Основними серед них є цукрова, борошномельно-круп'яна, олійно-жирова, хлібопекарська, спиртова, плодоконсервна, рибна, молочна, м'ясна, виноробна, кондитерська, пивоварна, тютюнова та ін. Харчова промисловість надзвичайно тісно пов'язана з сільським господарством, яке є головним постачальником сировини для неї. Тому не дивно, що просторова організація харчової промисловості значною мірою визначається особливостями спеціалізації сільського господарства. Визначальну роль у розміщенні підприємств галузей харчової промисловості відіграють сировина і споживач. Ті з них, які використовують мало транспортабельну сировину (що швидко псується) або велику кількість сировини, тяжіють до неї (цукрова, олійна, рибна, плодоконсервна, маслоробна та ін.). Галузі, в яких затрати на транспортування готової продукції більші, ніж на перевезення сировини, орієнтуються на споживача (кондитерська, хлібопекарська,

пивоварна, молочна та ін.). І на сировину, і на споживача орієнтуються м'ясна, борошномельно-круп'яна, тютюнова та інші галузі.

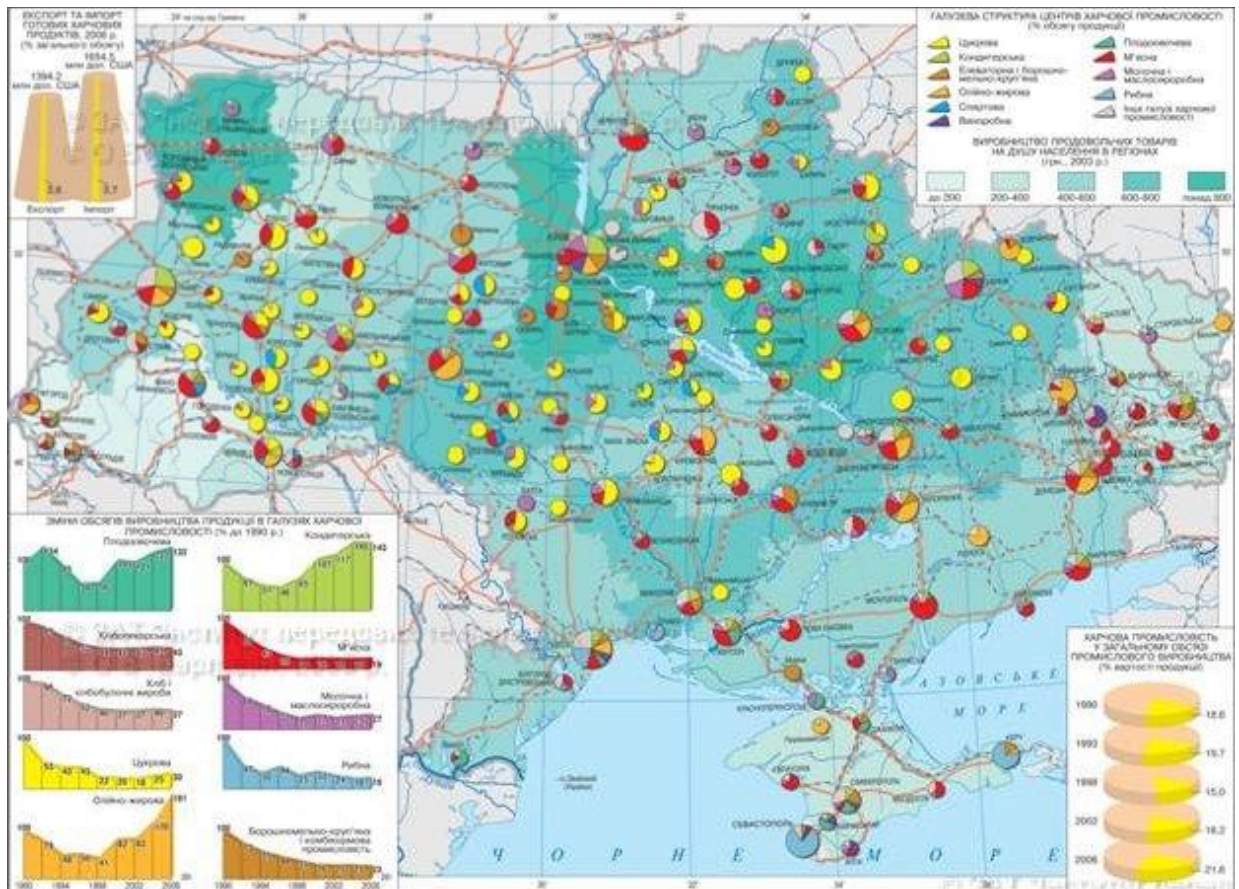


Рис. 2.1. Харчова промисловість України

Побудовано автором на основі джерела [25]

БОРОШНОМЕЛЬНО-КРУП'ЯНА, ХЛІБОПЕКАРНА ТА МАКАРОННА ГАЛУЗІ. Ці галузі відіграють важливу роль у забезпеченні населення такими видами харчових продуктів, як борошно, крупи, хліб, макарони тощо. Їх відходи використовують для виробництва комбикормів. Борошномельно-круп'яна галузь набула розвитку в Україні ще в кінці ХІХ ст. Основними принципами розміщення її підприємств є сировина та споживач, тобто вони розміщуються як в районах вирощування зернових, так і в містах. Найбільшими центрами борошномельно-круп'яної промисловості є Київ, Харків, Дніпропетровськ, Одеса, Миколаїв, Запоріжжя. Потужні центри галузі зосереджені у великих містах, морських та річкових портах, залізничних вузлах.

Хлібопекарна галузь набула промислових масштабів розвитку ще на початку ХХ ст. Термін зберігання свіжого хліба досить обмежений. Це зумовлює розміщення підприємств хлібопекарної промисловості якомога ближче до споживача. Розміри хлібозаводів залежать від щільності населених пунктів. У великих містах хлібозаводи значно потужніші, крім того, їх може бути декілька.

В Україні виробництво хліба та хлібобулочних виробів у травні 2020 року становило 61,7 тис. тонн хліба, що на 15,6% менше, ніж у 2019 році.

З початку 2020 року виробництво хліба та хлібобулочних виробів становило 314,5 тис. тонн, що на 13,8% менше, ніж у січні-травні 2019 року. Зазначимо, що у період січень-травень 2020 року вироблено пшеничного хліба 127,1 тис. тонн, що на 14,5% менше, ніж у 2019 році. Варто додати, що у травні 2020 року було вироблено 61,7 тис. тонн хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання, що на 15,6% менше, ніж у травні минулого року.

Таблиця 2.1

Лідери хлібопекарської промисловості України в 2018–2020 рр

Назва підприємства	Ринок частка, %		
	2018	2019	2020
ПАТ «Київхліб»	14,2	14,6	14,7
ТОВ «Хлібний холдинг «Хлібні інвестиції»	8	10,3	10,9
ПАТ «Концерт хлібпром»	6,3	6,2	6,5
Індекс концентрації трьох підприємств	28,5	31,1	32,1

Побудовано автором на основі джерела [19]

Макаронна галузь є відносно молодого в харчовій промисловості України. Орієнтується вона здебільшого на споживача. Великими центрами макаронної промисловості є Київ, Харків, Дніпропетровськ, Одеса, Хмельницький.

Кондитерська галузь розвивається ще з кінця XIX ст. Вже тоді в Україні було 48 фабрик, щоправда, малопотужних. Нині кондитерська промисловість набула значних масштабів розвитку. Провідними центрами галузі є Львів (“Світоч”), Київ (“Рошен”), Тростянець (“Крафт Якобз Сушард Україна”), Харків, Вінниця, Житомир, Донецьк (“А.В.К”). Більшість підприємств кондитерської промисловості в Україні розвиваються із залученням іноземного капіталу.

Загальний обсяг виробництва підприємств складає більше 1 млн т продукції на рік, що дозволяє повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку та [експортувати](#) значні обсяги продукції закордон.

Асортимент виробленої продукції охоплює практично всі групи кондитерських виробів.

В кондитерській галузі на виробництві задіяно близько 170 тис. працюючих. Виробничі потужності галузі завантажені орієнтовно на 70 %.

Галузь є одним із провідних споживачів української сільськогосподарської сировини — цукру, борошна, крохмалопатоки, молока тощо — на яку забезпечує значний попит.

Таблиця 2.2

Позиції українських кондитерських підприємств у рейтингу Global Top 100 Candy Companies

Підприємство	2016	2017	2018	2019	2020
«Roshen»	22	25	25	27	27
«АВК»	-	67	64	-	65
«Millenium»	-	-	-	-	74
«Konti»	38	43	43	44	80

Побудовано автором на основі джерела [19]

Варто звернути увагу на те, наскільки українські кондитерські фабрики відомі у світі та чи можуть вони стояти в одному ряду з іншими відомими компаніями та чинити їм дієву конкуренцію. Одним із визнаних на світовому рівні рейтингів кондитерських компаній є рейтинг видання Candy Industry Magazine, котрий базується на оцінці таких факторів як чистий обсяг продажів компанії, кількість працівників та кількість заводів — Global Top 100 Candy Companies. У 2020 р. до нього потрапили 4 українські кондитерські компанії: "Roshen", "ABK", "Millennium" та "Konti". Це досить хороший результат: кращі показники наразі мають кондитерські галузі лише двох західноєвропейських країн — Німеччини (13 підприємств) та Швейцарії (6 підприємств).

На ринку кондитерських виробів виділяють чотири основних види товарів:

- 1) шоколадні кондитерські вироби;
- 2) цукрові кондитерські вироби (карамель та глазур);
- 3) морозиво;
- 4) випічка та торти довгого зберігання.

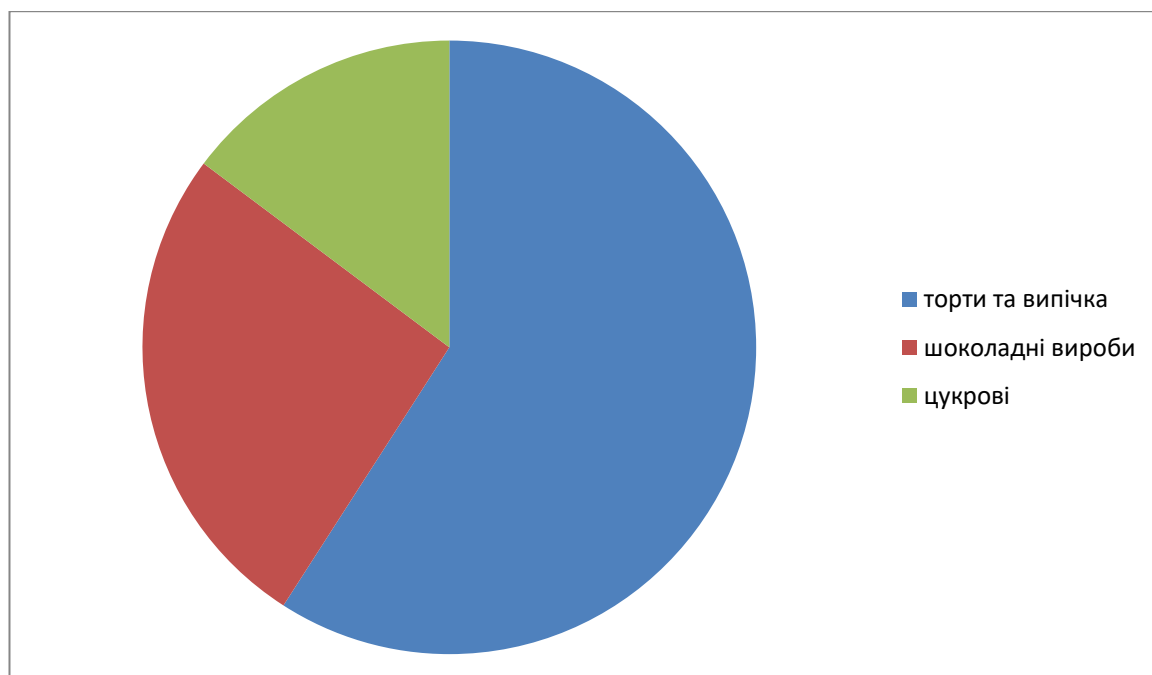


Рис. 2.2. Співвідношення між різними видами кондитерських товарів

Побудовано автором на основі джерела [5]

Співвідношення між їх ринковими частками є нерівномірним, зокрема найбільше доходів припадає на випічку та торти довгого зберігання (51—53 % у різні роки), на другому місці шоколадні вироби (22—23%), дохід від продажів цукрових кондитерських виробів та морозива є приблизно однаковим (12—13 % за кожною категорією).

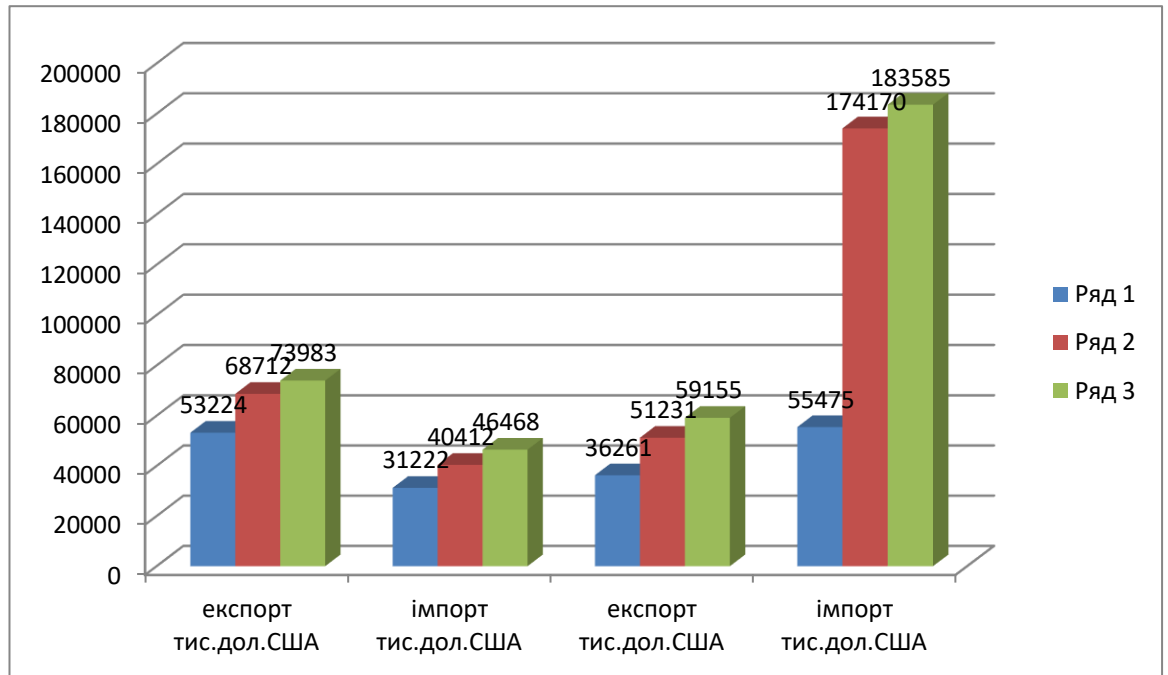


Рис. 2.3. Динаміки зміни показників експорту та імпорту між Україною та ЄС у 2018—2020 рр.

Побудовано автором на основі джерела [7]

На перших двох стовпчиках ми можемо спостерігати показники на цукор та цукрові вироби, які значно нижчі за показники в третьом та четвертом стопчиках, які відповідають за какао та вироби з нього.

Цукрова промисловість є однією з найстаріших та найважливіших галузей в Україні. Ще в XIX ст. вона досягла значних масштабів розвитку, а Україна була одним з найбільших виробників цукру в світі.

Цукрова промисловість в розміщенні орієнтується на сировину, оскільки для виробництва 1 т цукру необхідно переробити 7 т буряків. Нині цукробурякова зона охоплює 19 областей. Проте найбільша концентрація підприємств цукрової промисловості склалася у правобережному лісостепу, де зосереджено 62% посівів буряків. Там працюють більше сотні цукрових

заводів та виробляється 2/3 цукру країни. Провідними виробниками цукру-піску в Україні є Вінницька, Полтавська, Черкаська, Київська, Тернопільська, Харківська області. На відходах цукрової промисловості працюють спиртові, вітамінні, дріжджові заводи.

Донедавна за виробництвом цукру Україна посідала перше місце в Європі. Ринками збуту її продукції були, в основному, країни колишнього СРСР. Нині ж ці ринки майже повністю втрачено внаслідок неконкурентоспроможності вітчизняного цукру (висока матеріало- й енергомісткість, а отже, собівартість виробництва). Третина заводів в Україні (а їх більш як 190) були збудовані ще в середині XIX ст. Більшість таких підприємств мають дуже зношені основні виробничі фонди та малу потужність. Так, середній цукровий завод України може переробити за сезон близько 2,5 тис. т буряків, тоді як у країнах ЄС – 7,5 тис. т. Надмірно довгим є в Україні і сезон цукроваріння, який триває 130 днів, що призводить до втрати цукристості буряків. Тому обсяги виробництва продукції за останні десятиліття скоротилося більш як у 2 рази (за 1990–2003 рр.). Багато цукрових заводів простоюють або демонтовані.

В Україні у 2021-2022 маркетинговому році (МР) передбачається виробництво цукру на рівні 1,4 млн тонн, що на 30% більше, ніж у 2020-2021 МР.

Беручи до уваги суттєві перехідні залишки у 422 тис. тонн на початок минулого МР, загальна пропозиція цукру становитиме 1,74 млн тонн, що буде цілком достатньо для задоволення внутрішнього попиту, обсяг якого оцінюється у межах 1,25 млн тонн", - зазначили в Мінекономіки.

У профільному відомстві зауважили, що цукрова галузь України дозволяє виробляти до 2,0 млн тонн бурякового цукру в рік, що повністю забезпечує внутрішні потреби країни (1,1 – 1,2 млн тонн).

Минулого 2020/2021 МР через несприятливі погодні умови в [Україні](#) було вироблено 1,1 млн тонн цукру, що на 25% менше, ніж у 2019/2020 МР.

За даними Держстату, в Україні спостерігається поступове зниження споживання цукру. Якщо у 2008 році середньостатистичний українець впродовж року спожив близько 41 кг цукру та цукровмісних продуктів, то у 2020 році – 28,5 кг. Таке зниження в тому числі пов'язане зі зміною культури харчування та зменшенням потреб у цукрі у суміжних галузях.

Як повідомляв Укрінформ, цьогоріч першим в Україні запустив переробку цукрових буряків нового врожаю Селищанський цукровий завод ТОВ «Панда» у Черкаській області. У поточному році планується робота 33 цукрових заводів.

У сезоні 2020-2021 року в Україні працювали 30 цукрових заводів. Загалом було перероблено 7,70 млн тонн цукрових буряків урожаю 2020 року та виготовлено 1021,1 тис. тонн цукру.

Олійно-жирова промисловість виробляє олію, маргарин, майонез та іншу продукцію. Сировиною для неї є насіння соняшнику, ріпаку, соя, кукурудза, рицина. Близько 90% олії в Україні виробляють із соняшнику. Підприємства галузі розміщені переважно у районах вирощування цієї культури (для виробництва 1 т олії необхідно 3–5 т насіння). Ця галузь нараховує понад 30 великих підприємств та значну кількість невеликих олієнь, які розміщуються в сільських поселеннях. Найбільше їх — у Дніпропетровській, Запорізькій, Кіровоградській, Донецькій, Луганській областях. Загальне виробництво олії за останні десятиліття зросло майже удвічі. Найбільшими центрами олійного виробництва є Дніпропетровськ, Маріуполь, Запоріжжя, Полтава, Одеса, Херсон.

Олійно-жирова галузь України забезпечила у 2019/20 МР зростання виробництва:

- Олії соняшnikової нерафінованої – на 10,2%;
- Соняшnikового шроту – на 2,8%;
- Олії ріпакової – на 27%;
- Олії соняшnikової рафінованої – на 26,5%;
- Маргпродукції та жирів спецпризначення – на 3,1%;

- Соусів, включаючи майонез – на 5,7%.

Скоротилось виробництво соєвої олії (-8,1%) та соєвого шроту (-9,9%) через обмежені ресурси сировини (соєвих бобів).

У січні – серпні 2020 року зросло виробництво: олії соняшnikової нерафінованої – на 9,1%, олії соняшnikової рафінованої – на 29,2%.

Зменшилось виробництво: соєвої олії – на 14,6%; соєвого шроту – на 16,8%.

Це пояснюється нестачею соєвих бобів на внутрішньому ринку у зв'язку, як ми вже відзначали, із значним експортом даної сировини з України.

Також зменшилось виробництво у січні – серпні олії ріпакової – на 24,2%, а це, головним чином, олія вироблена з насіння ріпаку урожаю 2020 року, експорт якого зростає, не зважаючи на значне скорочення валового збору у порівнянні з 2019 роком (на 0,6 млн.дол.США). При цьому понад 50% насіння ріпаку нового урожаю вже експортовано.

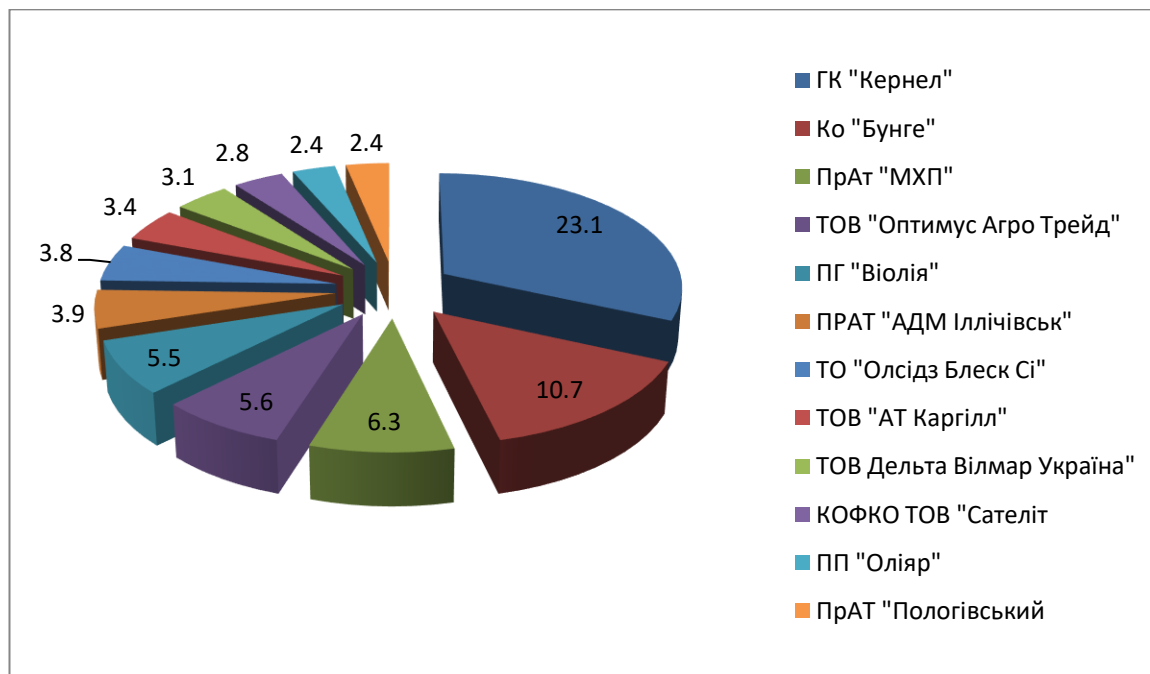


Рис. 2.4. Найбільші компанії в Україні по виробництву олій

Побудовано автором на основі джерела [12]

ЛОДОКОНСЕРВНА ГАЛУЗЬ. Ця галузь за останні роки втратила свої позиції у складі харчової промисловості. Плодоконсервна галузь орієнтується на сировину, яка дуже швидко псується (овочі, фрукти, ягоди тощо). Підприємства плодоконсервної промисловості є в усіх регіонах України, проте особливо їх багато в південних і подільських областях, на Закарпатті. Провідними центрами є Сімферополь, Одеса, Херсон, Ізмаїл, Кам'янець-Подільський.

Крохмале-патокова промисловість орієнтується на сировину. Підприємства галузі приурочені до районів вирощування картоплі, тому знаходяться переважно на півночі України. Найбільшими виробниками крохмалю є Чернігівська та Житомирська області.

ВИНОРОБНА ТА СПИРТОВА ПРОМИСЛОВІСТЬ. Сировинною базою для виноробної промисловості є виноград, фрукти та ягоди. Галузь тяжіє до районів вирощування сировини, оскільки оптимальний термін переробки винограду становить 5 років. Заводи вторинної переробки сировини та розливу вина можуть розміщуватися і в районах споживання цієї продукції. Найбільша кількість виноробних підприємств розміщується в АР Крим, Одеській, Миколаївській, Херсонській, Закарпатській областях. Виноградні вина торговельних марок “Масандра”, «Інкерман», “Коктебель”, “Золота балка”, “Шустов”, “Шабо” мають загальносвітове визнання. За останні роки в Україні зросло виробництво високоякісних вин та коньяку. Провідними центрами виноробної галузі є Масандра, Алушта, Бахчисарай, Ізмаїл, Одеса, Мукачеве.

Спиртова промисловість зорієнтована на сировину. Спирт використовують більш як у 150 галузях промисловості. Сировинною базою для виробництва спирту є м'яса, дефективний цукор, зерно, картопля. Зазвичай, спиртові заводи розміщуються у невеликих населених пунктах. Більшість спирту в Україні виробляють з відходів цукрової промисловості. Провідними його виробниками є Черкаська, Вінницька, Київська,

Чернігівська, Житомирська області. В окремі роки Україна посідала 3 місце в світі (після Бразилії та Росії) за обсягами виробництва спирту.

Лікєро-горілчана промисловість є головним споживачем спирту. Галузь орієнтується на споживача. Провідними центрами лікєро-горілчаної промисловості є Немирів, Київ, Сімферополь, Одеса, Чернігів.

Виробництво пива та безалкогольних напоїв набули в Україні значного поширення. Найбільшими центрами галузі є Київ (“Оболонь”, “Росинка”), Чернігів, Запоріжжя (“Славутич”), Харків (“Рогань”), Миргород, Бровари (“Кока-Кола”) та ін.

У молочній промисловості розрізняють маслоробну, сироварна, молокопереробна і молочноконсервну галузі. Розміщуються підприємства галузі у великих і невеликих містах по всій території України. Майже всі районні центри України мають молокозаводи або молококомбінати.

Маслоробна і сироварна галузі є дуже сировинномісткими, тому їх підприємства тяжіть до районів виробництва молока. Протягом останніх років загальне виробництво масла та твердих сирів знижується. Молокопереробна промисловість спеціалізується, насамперед, на виробництві продукції з незбираного молока. Молокозаводи виробляють продукцію, яка швидко псується, що визначає їх орієнтацію на споживача.

Молококонсервна галузь зосереджена в невеликих містах і селищах міського типу, що тяжіють до районів з розвинутим молочним тваринництвом (Бахмач, Балта та ін.).

Протягом 2015-2020 рр. спостерігалось також різке зниження обсягів виробництва молочної продукції в Україні. Особливо суттєвим падіння обсягів виробництва було у 2015-2016 рр., у період економічної кризи. Це наводить на висновок, що обсяги збуту харчової продукції прямо пропорційно залежать від економічної стабільності і рівня доходів населення.

Візьмемо до уваги, наприклад, виробництва молочної продукції у Львівській області в порівнянні з Україною, на мою думку, падіння обсягів виробництва спричинено дією таких основних чинників:

- 1) якість і структура сировинної зони – нестача сировини через скорочення поголів'я корів.

Таблиця 2.3

**Динаміка виробництва харчової продукції в Україні
(станом на 1 січня відповідного року)**

	Роки						2019 р. у
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	% до 2014
Поголів'я корів, всього, тис. гол.:							
Україна	25194,8	5490,9	5079,0	4826,7	4494,4	4425,8	17,57
Львівська обл.	1112,9	317,5	299,8	283,7	251,9	237,6	21,35
в тому числі у сільськогосподарських підприємствах							
Україна	21664,5	1926,8	1720,1	1627,1	1526,4	1510,6	6,97
Львівська обл.	723,4	31,9	28,5	27,2	24,2	24,2	3,35
господарствах населення							
Україна	3530,3	3564,1	3358,9	3199,6	2968,0	2915,2	82,58
Львівська обл.	389,5	285,6	271,2	256,5	277,7	225,2	57,82
Частка Львівщини в загальному поголів'ї корів, %	4,42	5,78	5,90	5,88	5,60	5,37	121,49

Побудовано автором на основі джерела [5]

Результати проведених розрахунків засвідчують наявність тенденції до зменшення поголів'я корів у сільському господарстві – за досліджений

період воно зменшилось більше, ніж у п'ять раз по Україні. При цьому, це зменшення мало місце за рахунок сільськогосподарських підприємств як по Львівській обл., так і по Україні в цілому, хоча й по господарствах населення також спостерігається зменшення поголів'я корів за 2014-2019 рр. За цей же період частка Львівської обл. у поголів'ї корів України за останні 10 років практично не змінилась і становить в середньому 5,5%.

2) зниження попиту на молочну продукцію в зв'язку із низькою купівельною спроможністю населення області, зокрема сільських районів. У Львівській обл. спостерігається деякий спад споживання молока населенням, хоча за аналізований період ці показники перевищують середні значення по Україні.

Таблиця 2.4.

**Рівень споживання молока та молочних продуктів на 1 особу за рік
(кг)
по Україні та в Львівській обл. у 2014-2019 рр.**

Область	000	008	009	010	011	012	2019 до 2014, %
Норма споживання	380						
Україна	99,1	13,8	37,6	29,2	26,8	35,2	118,1
% до норми споживання	2,39	6,26	2,53	0,32	9,68	1,89	118,1
Львівська обл.	64,8	24,4	22,0	05,2	08,8	26,1	85,39
% до норми споживання	9,68	9,05	8,42	4,00	4,95	9,50	85,39

Побудовано автором на основі джерела [12]

Динаміка змін відрізняється у залежності від галузей харчової промисловості. При зростанні цін і падінні рівня доходів у структурі споживчого кошику переважають дешевші товари першої необхідності, в протилежному випадку – дорожчі і якісніші товари середнього і високого цінових сегментів.

Як повідомляють Держстат та Latifundist, у січні-липні 2020 р. Молоко виробництво в Україні зменшилося на 3,9% до 5,54 млн тонн порівняно з відповідним період 2019 року (5,76 млн тонн). У звітному періоді сільськогосподарські підприємства скоротили молоко виробництво на 1,1% р/р до 1,63 млн тонн (січень-липень 2019 року: 1,65 млн тонн). в

Відповідно до статистичних даних виробництво молока в господарствах населення скоротилося на 5,1% до 3,9 млн. грн тонн (сім місяців 2019 року: 4,11 млн тонн). У загальній структурі виробництва молока, промисловий сектор складає 29,5%, домогосподарства – 70,4%.

Таблиця 2.5

Показники ринку молочної продукції в 2020 р. в Україні

Продукція	Виробництво	Експорт	Імпорт
Вершки	946,6	61	6,2
Сир	186,6	7	3,4
Масло	89,3	18,3	3,4
Кефір	59,9	24,1	3,2
Сухе молоко	51,5	30,2	8,6

Побудовано автором на основі джерела [22]

Минулого року експорт сирів з Україна в грошовому вираженні була на 12,7% менше, ніж роком раніше і становила лише 26,9 дол. мільйонів При цьому імпорт сиру зріс на 60% і перевищив експорт у чотири рази.

Тобто великі українські виробники сиру поступаються зарубіжним аналогам не тільки в міжнародному, але й на внутрішньому ринку.

Переробкою продукції тваринництва займаються такі галузі харчової промисловості, як м'ясна, молочна, маслоробна, сироварна та ін.

М'ясна промисловість забезпечує населення свіжим та мороженим м'ясом, м'ясними напівфабрикатами, ковбасними виробами, м'ясними кон-сервами тощо. У структурі харчової промисловості галузь посідає провідні позиції. Вона орієнтується і на сировину, і на споживача. Її підприємства є в усіх областях, найбільші м'ясокомбінати знаходяться у великих містах (Києві, Харкові, Полтаві, Одесі, Луганську, Львові). Загальне виробництво м'яса за останні роки (1990–2003) скоротилося більш як у 5 разів. Водночас скорочення виробництва ковбасних виробів є не таким суттєвим.

За поданням Latifundist та даних Держстату, продаж худоби (в живій масі) на забій у першому півріччі 2020 року склав 1,9 млн тонн, що на 0,3% більше порівняно з аналогічним періодом минулого року (перше півріччя 2019 року: 1,89 млн тонн). Виробництво м'яса в живій вазі в спеціалізованих сільськогосподарські підприємства України зросло на 2,1% до 1,33 млн. тонн порівняно з 1,3 млн тонн у I півріччі 2019 р. Виробництво м'яса живої ваги у звітному періоді в господарства населення скоротилися на 3,9% до 565,7 тис. тонн.⁵

У загальній структурі виробництва м'яса промисловий сектор займає понад 80% в птахівництво та 50% свинини

Рибна промисловість розвинута, насамперед, у портових містах (Севастополь, Керч, Білгород-Дністровський, Одеса, Іллічівськ, Очаків, Маріуполь та ін.). Багато продукції дають судна-заводи, що знаходяться у місцях вилову риби

Таблиця 2.6

Виробництво основних видів харчової промисловості

Вид продукції	2017		2018		2019		2020	
		у % до всього		У % до всього		у % до всього		у % до всього
Цукор-пісок — тис. т	1580	73,0	3877	60,9	5973	58,4	5935	55,7
М'ясо (включ. з субпродуктами 1 категорії) тис. Т	299	19,9	911	20,7	1565	23,3	2223	23,2
Ковбасні та вуджені вироби — тис. Т	66,8	16,5	234,4	18,0	436,4	19,1	672,2	23,3
Вилів риби, морського звіра, китів — тис. Т	139,1	9,9	543,8	15,1	847	10,8	935	9,9
Масло — тис. Т	33,3	13,2	190	25,5	245,2	25,5	348,4	26,3
Продукція з незбираного молока — тис. Т	235,8	25,0	1467	17,7	3936	20,0	4740	19,0
Сир жирний (включно з бринзою) — тис. Т	4,9	9,2	86,5	18,7	92,2	19,3	150,5	21,5
Олія — тис. Т	159	19,8	449,2	28,3	1071	36,5	962	34,1
Маргарин та компаунд-жири — тис. Т	15,2	12,6	82,2	19,1	151,4	19,9	268,8	21,1
Консерви — млн умовних бляшанок	339	30,8	1160	23,8	2642	24,7	3995	24,8
Борошно — тис. Т	6887	23,7	7278	20,1	7526	17,9	7503	17,4
Макаронні вироби — тис. т.	79,4	24,4	185,2	18,4	219,5	18,5	299,3	20,0
Кондитерські вироби — тис. Т	191,8	24,1	357,0	20,5	601,2	20,8	794,8	21,1
Спирт сирець етиловий — млн дал	26,5	29,7	38,7	36,7	56,4	35,6	66,1	34,5
Вино виноградне — млн дал	5,1	25,9	20,2	26,0	65,0	24,2	56,6	19,2
Пиво — млн дал	27,2	21,9	52,2	20,9	90,0	21,5	138,8	21,0
Сіль (видобуток) — тис. Т	1987	45,2	3089	46,1	5093	41,1	5848	40,9

Побудовано автором на основі джерела [15]

Зробивши аналіз всього ринку харчової промисловості України, можемо спостерігати, що перше місце с великим відривом займає хлібобулочна промисловість.

2.2. Діяльність ТНК харчової промисловості в Україні в період 2015-2020 рр.

В умовах наростаючих глобалізаційних процесів ТНК є одним із перших позицій у світовій економіці. Присутність ТНК в Україні є особливо важливою, оскільки вітчизняна економіка знаходиться на новому, перехідному етапі свого розвитку.

З огляду на те, що з 1 січня 2016 року набирає чинності угода про асоціацію України з Європейським Союзом, присутність європейських ТНК на вітчизняних ринках більш ніж передбачувано.

З огляду на той факт, що в Україні вже діють три десятка транснаціональних компаній, до кінця наступного року їх може стати набагато більше. За даними міжнародного рейтингу журналу «Financial times» найбільшими ТНК, що працюють на території України, є Nestle (країна базування - Швейцарія)

Історія діяльності Nestlé в Україні розпочалася у грудні 1994 року – з відкриття у Києві представництва Societe pour l'Exportation des Produits Nestlé S.A. Основна діяльність нової структурної одиниці міжнародної корпорації полягала у просуванні на український ринок пріоритетних на той час брендів Nestlé: NESCAFÉ, Nesquik, Maggi, Nuts та Friskies.

Вже за два роки роботи компанія у Києві стала одним з найбільш рентабельних представництв Nestlé у світі. По всіх регіонах країни у продажу з'явилися невідомі раніше українському споживачеві шоколадні батончики Nuts та кава NESCAFÉ. Нова якісна продукція міжнародних торгових марок швидко здобула велику популярність серед українців – і це надало Nestlé стимулу для подальшого розвитку бізнесу в Україні. Компанія продовжила впевнено зміцнювати свої позиції на ринку; згодом був розширений штат співробітників, організовані нові напрями бізнесу.

У 1998 році Nestlé купує контрольний пакет акцій Львівської кондитерської фабрики „Світоч” та стає власником найвідомішого однойменного „солодкого” бренду України. З цього моменту бізнес Nestlé в

Україні переходить на якісно новий рівень – компанія розпочинає виробничу діяльність.

У травні 2003 року Nestlé здійснює внутрішню „націоналізацію”: на українському ринку з'являється новий гравець – ТОВ „Нестле Україна”. Наприкінці цього ж року Nestlé S.A. купує 100% акцій підприємства „Волиньхолдінг” (ТМ „Торчин”), що дозволяє компанії стати одним з лідерів у сегменті холодних соусів. У 2010 році „Нестле Україна” знову суттєво розширює своє кулінарне портфоліо, купуючи ТОВ „Техноком” – ведучого українського виробника продуктів швидкого приготування під ТМ „Мівіна”.

Поряд з придбанням ТОВ „Техноком”, найважливішою подією в діяльності Nestlé в Україні стало рішення про реалізацію у Львові нового інвестиційного проекту – створення „Об'єднаного бізнес-сервіс-центру Nestlé Європа» (NBS Nestlé Europe)”. Практика надання послуг підприємствам Nestlé в різних країнах і обробки даних в галузі фінансів та управління персоналом успішно застосовується компанією в багатьох країнах світу. Її впровадження на ринках Східної та Центральної Європи забезпечить високу якість управління та обслуговування підрозділів Nestlé S.A. у 20 країнах регіону, таких як Росія, Польща, Румунія, Угорщина, Болгарія, Чехія, Греція тощо. Львівський центр став третьою за рахунком установою Nestlé у світі, що поєднує діяльність у сфері фінансів та управління персоналом в одному місці. Створений бізнес-сервіс-центр, в якому працюють близько 1400 фахівців. Львів було обрано завдяки якості інфраструктури, високому рівню навчання в університетах, наявності талановитих кадрів, а також позиції, яку Nestlé займає в Україні.

На своєму нинішньому етапі розвитку Nestlé в Україні є беззаперечним лідером у сфері виробництва продуктів харчування. Сьогодні компанія просуває на українському ринку продукцію торгових марок NESCAFÉ, Nesquik, Coffee-mate, Nuts, KitKat, Lion, Purina, Gerber, „Світоч”, „Торчин” та „Мівіна”, котрі користуються великою популярністю серед споживачів.

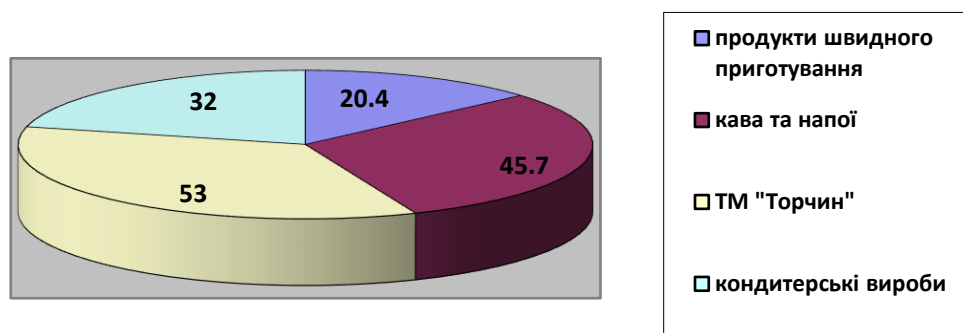


Рис. 2.5. Структура харчової промисловості «Nestlé»

Побудовано автором на основі джерела [16]

Найбільшими сегментами бізнесу Nestlé в Україні є кулінарія (ТМ „Торчин”), кава та напої (ТМ NESCAFÉ, Coffee-mate), кондитерські вироби (ТМ Nestlé та „Світоч”) та продукти швидкого приготування (ТМ „Мівіна”). Компанія успішно працює і в таких напрямках, як дитяче та спеціальне харчування, корми для домашніх тварин, готові сніданки та морозиво. Швидкими темпами розвивається підрозділ Nestlé Professional, який пропонує комплексні та інноваційні рішення у сфері харчування „поза домом”. Nestlé оголосила про створення нового об'єднаного ринку Південно-Східної Європи (South East Market (SEM)) з 1 січня 2022 року. Ринок буде об'єднанням України, Молдови, Румунії, Болгарії, Хорватії, Словенії, Сербії та інших країн Адріатики.

Південно-Східно-Європейський ринок представлятиме оборот у майже 900 мільйонів швейцарських франків, створює можливості для кар'єрного розвитку для понад 8000 працівників у різних локаціях, включно з бізнес сервіс центром у Львові (NBS Europe) та на 5-ти фабриках. Nestlé бачить потенціал об'єднання цих Європейських країн під управлінням одного ринку, для збільшення масштабу бізнесу, створюючи синергію у виробничих процесах та закупках сировини, розробляючи інновації, що відповідають оновленому ринку, і, що важливо, сприяючи розвитку талантів наших співробітників у всіх країнах завдяки спільній роботі. Ця трансформація ще

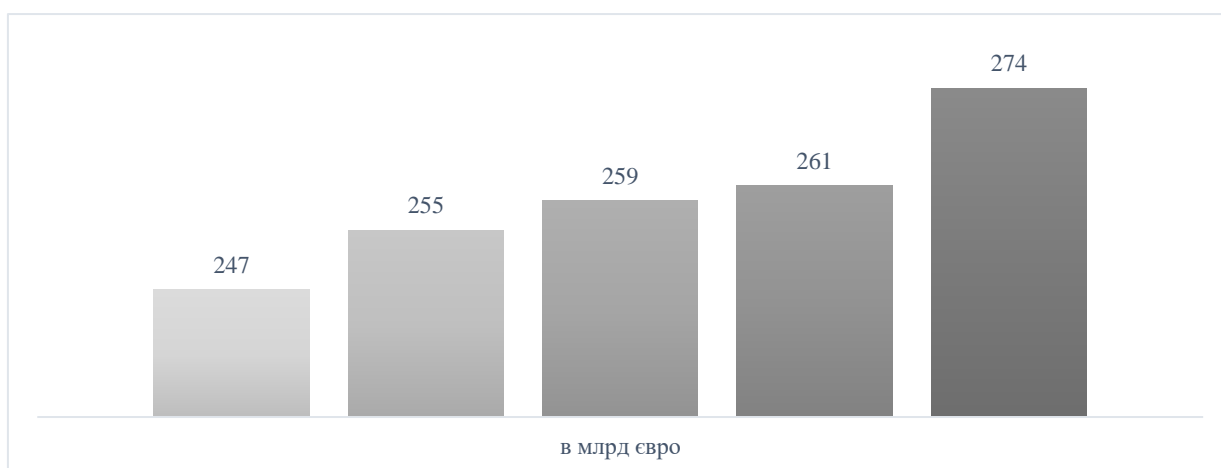
більше посилить наше прагнення до створення спільних цінностей на всій території, щоб розвивати найкращі практики відновлювального сільського господарства з метою досягнення нульового рівня викидів до 2050 року.

Обсяг продажів склав 16,2 млрд швейцарських франків, органічне зростання 2,0%, реальне внутрішнє зростання 2,7%; операційний прибуток 16,7%, +100 базисних пунктів.

- Зона досягла сильного реального внутрішнього зростання, зростаючи четвертий рік поспіль і збільшуючи частку на ринку, демонструючи здатність до інновацій.
- У Західній Європі позитивне органічне зростання було обумовлене реальним внутрішнім зростанням. Ефект від зміни цін був негативним, що супроводжувалось низькими цінами на сировину та конкуренцією.

Бізнеси кормів для тварин, Nescafé та категорія заморожених продуктів продовжують бути основними джерелами зростання на більшості ринків.

- Центральна та Східна Європа продовжують показувати сильне органічне зростання на основі позитивного реального внутрішнього зростання і ціноутворення. Інфляція в Росії та Україні зумовили позитивний ефект від зміни цін в регіоні, в той час як всі інші ринки постраждали від дефляції.



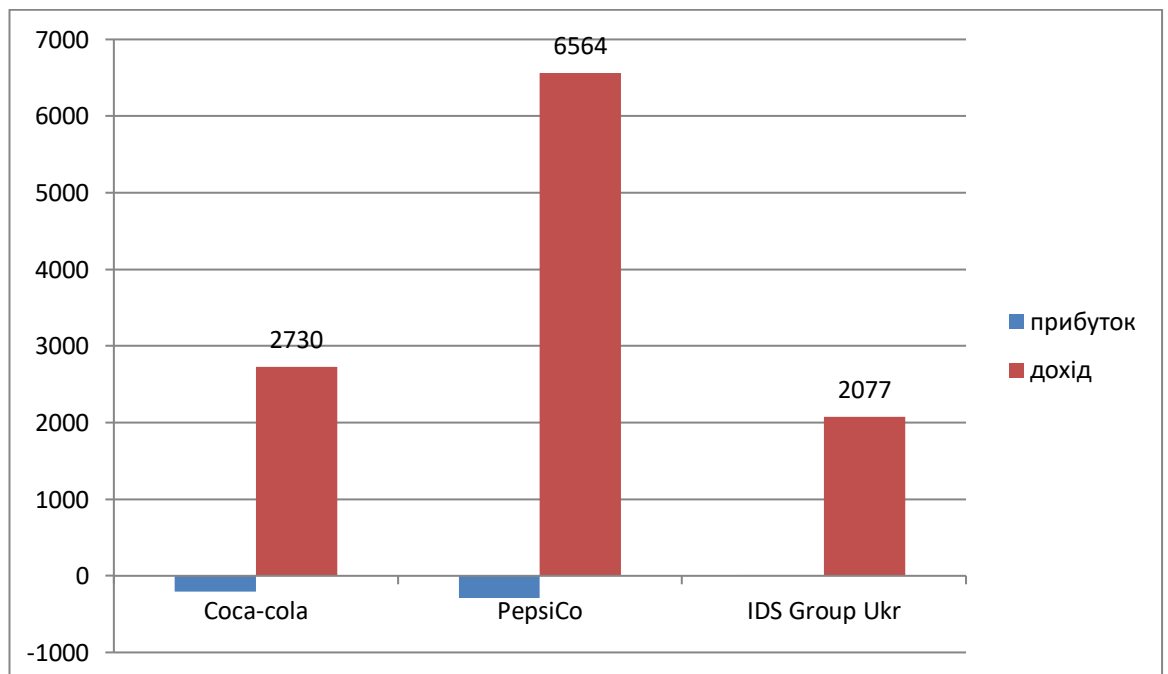
Побудовано автором на основі джерела [1]

Рис. 2.6. Доходи ТНК «Nestlé» в Україні з 2015 по 2020 роки (в млн євро)

Ми можемо бачити, що динаміка доходів в харчовій промисловості з 2015 року тільки зростає, та досягає свого піку в 2020 р., отримавши дохід в 274 млн євро на рік.

Компанія PepsiCo є одним з найбільших в Україні виробників продуктів харчування та напоїв. Дітям та дорослим добре відомі такі бренди соків та сокової продукції, як Sandora, "Садочок", "Сандорік"; газовані напої Pepsi®, 7UP®, Mirinda®, холодний чай Lipton Ice Tea®, мінеральна вода "Аква Мінерале". На ринку снєків компанія представлена брендами Lay's® та "Хрустєам". На ринку молочної продукції - брендами "Чудо", "Слов'яночка", "Машенька"; дитячого харчування - брендом "Агуша".

За роки роботи в Україні компанія стала одним із найбільших інвесторів в економіку та платників податків до бюджету. PepsiCo — один із найбільших у країні переробників сирого молока, сезонних овочів та фруктів. Компанії належать три підприємства у різних куточках країни: завод з переробки фруктів, овочів, виробництва соків та снєків, завод з виробництва газованих напоїв та холодного чаю, а також молочний завод.



Побудовано автором на основі джерела [26]

Рис.2.7 Динаміка показників лідерів за 2020 р.

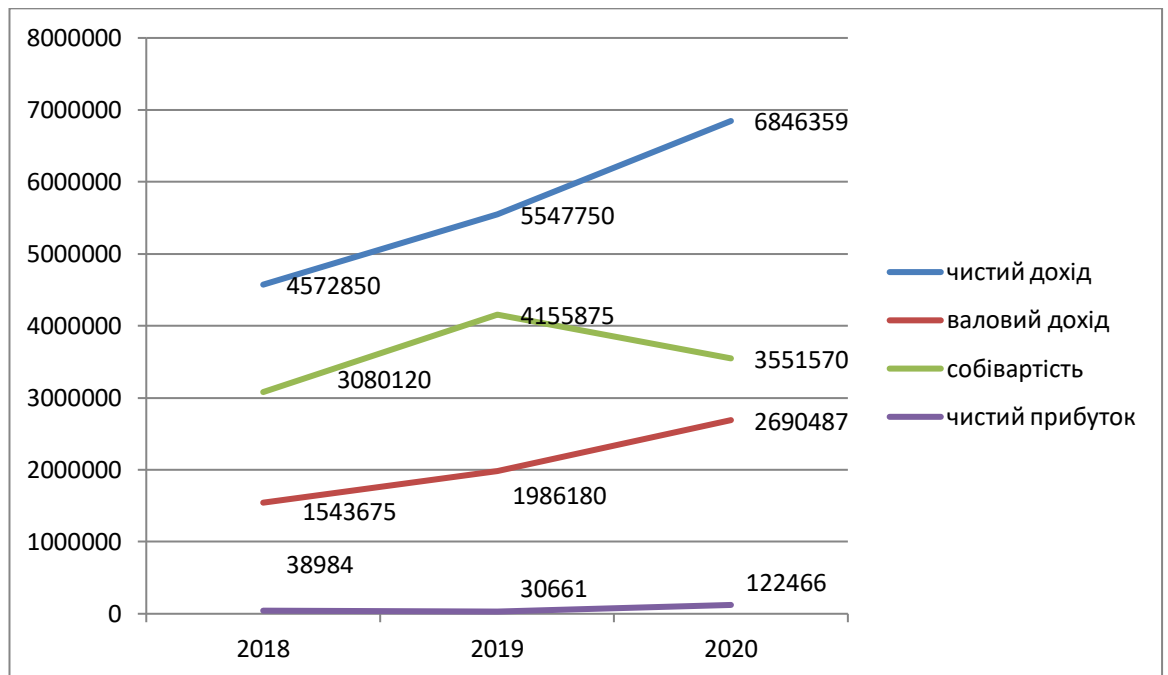
Якщо подивимося на доходи трьох основних гравців ринку напоїв в Україні (Coca-Cola HBS, PepsiCo та IDS Group Ukraine), то станом на 2020 рік беззаперечним лідером є компанія PepsiCo із загальним доходом 6564 млн грн. Але примітним є те, що з трьох компаній незначний приріст чистого прибутку спостерігається лише в IDS Group Ukraine (10,7 млн грн при загальному доході 2077 млн грн). Ця компанія, двома основними лініями продукції якої є «Моршинська» та «Миргородська», виграє в конкуренції на ринку бутильованої води, притому її основним конкурентом є такий гігант індустрії, як BonAqua (належить компанії Coca-Cola HBS).

Компанія «Кока-Кола Беверіджиз Україна» входить до Coca-Cola HBS Group. Coca-Cola HBS – другий у світі та найбільший у Європі ботлер «КокаКола», що займається розливом та дистрибуцією безалкогольних напоїв на умовах франчайзингу The Coca-Cola Company. Діяльність Coca-Cola HBS Group охоплює 28 країн світу. Компанії належать 59 заводів з 289 розливними лініями, а також 292 складів. Основною продукцією є газовані напої (62%), а також низькокалорійні газовані напої (7%), бутильована вода (19%), соки (7%), холодний чай (4%) і енергетичні напої (1%)

ІІІ «Кока-Кола Беверіджиз Україна» відноситься до «Нових ринків» у зв'язку з тим, що компанія Кока-Кола лише в 1992 році відкрила своє представництво в Україні. Проте, необхідно відмітити, що «Кока-Кола» однією з найперших серед міжнародних компаній почала інвестувати в Україну (одразу після того, як країна здобула незалежність).

У 2014 році компанії "Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед" та "Кока-Кола Ботлінг Кишинів" об'єдналися в один бізнес-юніт Coca-Cola HBS Україна і Молдова. Продукція компанії широко представлена на території України та Молдови, оскільки завод виготовляє напої для обох ринків компанії Coca-Cola HBS Ukraine & Moldova. Крім цього, продукція експортується в інші країни Групи Coca-Cola HBS, такі як Білорусь, Вірменія та Польща.

За допомогою сприятливих умов для компанії, ми можемо бачити на рис. 2.6 колосальний результат в 2020 році, у порівнянні з минулими роками, де чистий прибуток виріс приблизно у 5 разів.



Побудовано автором на основі джерела [26]

Рис.2.8 Динаміка показників діяльності «Кока-Кола»

Чистий дохід від реалізації за останні 3 роки має тенденцію до зростання. В 2020 р. в порівнянні з 2019 р. виручка від реалізації продукції зросла майже на 25% і становила 6846359 тис. грн.

Собівартість реалізованої товарної продукції у 2019 р. зросла в порівнянні з 2018р., проте у 2020 р. – зменшилась на 14,5% в порівнянні з 2019 р., що є позитивним явищем.

Валовий дохід також має тенденцію до зростання упродовж аналізованого періоду, у 2020 році показник збільшився на 35,5% порівняно з 2019р.

За весь період підприємства має позитивний результат діяльності. У період 2018-2020 рр. підприємство не несло збитків. У 2019р. чистий прибуток дещо зменшився, проте вже в 2020 р. збільшився майже в 3 рази.

Також доцільним є проведення аналізу управління фінансовими ресурсами компанії. Аналіз активів ІІІ «Кока-Кола Беверіджиз Україна» наведено у табл. 2.4.

Таблиця 2.7

Структурний аналіз активів, тис. грн.

Статті балансу	Роки			2019/2020	
	2018	2019	2020	±Δ	%
Необоротні активи	675430	734301	978300	243999	33,2
Оборотні активи	1587034	1699953	2258432	558479	32,9
Баланс	2105636	24346732	3236732	802478	33

Побудовано автором на основі джерела [12]

Як видно з даних таблиці, значну питому вагу в загальному капіталі ІІІ «Кока-Кола Беверіджиз Україна» мають оборотні активи, але на підприємстві існує тенденція до їх відносного зменшення за рахунок збільшення необоротних активів. Якщо казати про кількісні показники, то обсяг оборотних активів за останній рік зріс на 33% порівняно з 2019 р.

Відбувається незначне збільшення частки необоротних активів в структурі балансу з 67% у 2018 р. до 69% у 2020 р. за рахунок збільшення незавершених капітальних інвестицій.

Для оцінки платоспроможності розраховуються коефіцієнти покриття, швидкої ліквідності, абсолютної ліквідності та чистий оборотний капітал.

Коефіцієнт покриття показує, скільки грошових одиниць оборотних коштів припадає на кожну грошову одиницю короткострокових зобов'язань, і характеризує достатність оборотних коштів підприємства для погашення своїх боргів протягом періоду.

Коефіцієнт швидкої ліквідності дозволяє виявити скільки грошових одиниць ліквідних оборотних активів припадає на кожну грошову одиницю зобов'язань. Цей коефіцієнт розраховується як різницю оборотних активів, виробничих запасів, незавершеного виробництва, товарів поділену на поточні зобов'язання.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності характеризує негайну готовність підприємства ліквідувати короткострокову заборгованість.

Таблиця 2.8

**Оцінка платоспроможності ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна» за
2018-2020 рр.**

Показник	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Середній показник по галузі за 2020 р.
Коефіцієнт покриття	2,27	1,86	1,42	1,29
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,82	1,53	1,04	1,37
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,11	0,17	0,2	0,04

Побудовано автором на основі джерела [12]

Коефіцієнт покриття має тенденцію до зменшення та у 2020 р. склав 1,42. Норматив показника знаходиться в межах 0,5-1 і вище. Тобто підприємство має більше оборотних активів, ніж поточних зобов'язань. До того ж, показник компанії вище, ніж середній показник по галузі (за даними YouControl).

Коефіцієнт швидкої ліквідності також має тенденцію до спаду. Значення показника більше одиниці, це вказує на те, що в компанії досить ліквідних оборотних коштів для своєчасного розрахунку за зобов'язаннями, проте в 2020 році показник виявився меншим, ніж середній по галузі.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності має позитивну тенденцію до зростання, а також є дещо більшим від середнього показника по галузі. Проте рекомендується покращити показник за рахунок зменшення поточних зобов'язань.

Для оцінки ділової активності розраховуються коефіцієнти оборотності. Оборотність загальних активів - індикатор ділової активності, що дозволяє виміряти продуктивність активів компанії шляхом їх порівняння із обсягом виручки.

Оборотність робочого капіталу - індикатор ділової активності, що показує ефективність використання робочого капіталу компанії з точки зору згенерованої ним виручки. Робочий капітал є різницею між оборотними активами та поточними зобов'язаннями.

Оборотність дебіторської заборгованості - індикатор ділової активності, що показує скільки разів протягом року погашається дебіторська заборгованість.

Таблиця 2.9

Оцінка ділової активності ІІІ «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» за 2018-2020 рр.

Показник	Роки			Середній показник по галузі
	2018	2019	2020	
Оборотність загальних активів	2,5	2,4	2,12	1,28
Оборотність робочого капіталу	7	7,1	7,3	2,34
Оборотність дебіторської заборгованості	5,3	5	5,46	5,46

Побудовано автором на основі джерела [12]

Так, у 2018-2020 рр. спостерігаються незначні коливання коефіцієнта оборотності активів. Показник недостатньо високий, тож необхідно працювати в напрямку оптимізації суми активів. Для цього можна продати частину незавантажених необоротних активів (якщо збільшення завантаженості не планується), знизити суму запасів (якщо їх обсяг надмірний), вжити заходів по поверненню дебіторської заборгованості і т.д.

Заходи по збільшенню виручки компанії також позитивно впливають на оборотність активів.

Для оцінки зовнішньоекономічної діяльності підприємства варто розглянути обсяги експорту та імпорту компанії.



Побудовано автором на основі джерела [26]

Рис. 2.9. Обсяги експорту ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна» за 2015- 2020рр.

З рис. 2.10 видно, що обсяги експорту мають позитивну динаміку до зростання, особливо з 2016 року почався стрімкий ріст обсягів експорту. Це пов'язано, насамперед, з об'єднанням в один бізнес-юніт компаній «КокаКола Україна» та «Кока-Кола Молдова», адже в Молдові припинили виготовляти продукцію та завод в Україні почав виготовляти продукцію для обох ринків.

Загалом дохід від експортної діяльності компанії в 2020 році склав більше 10% від всього доходу компанії (у попередніх роках цей показник був на рівні 2-4%).

Обсяг імпорту в грошовому вимірі має дещо нестабільний характер (рис. 2.11), що пов'язано з коливаннями на валютному ринку. Компанія в основному закуповує у іноземних постачальників технологічне обладнання, концентрати, сиропи для виробництва напоїв та інші напівфабрикати.



Побудовано автором на основі джерела [26]

Рис. 2.10. Обсяги імпорту ПП «Кока-Кола Беверіджиз Україна» за 2015- 2020рр..

Отже, можна зробити висновок, що за останні роки функціонування ПП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» активно розвивається, про що свідчить аналіз основних економічних показників компанії.

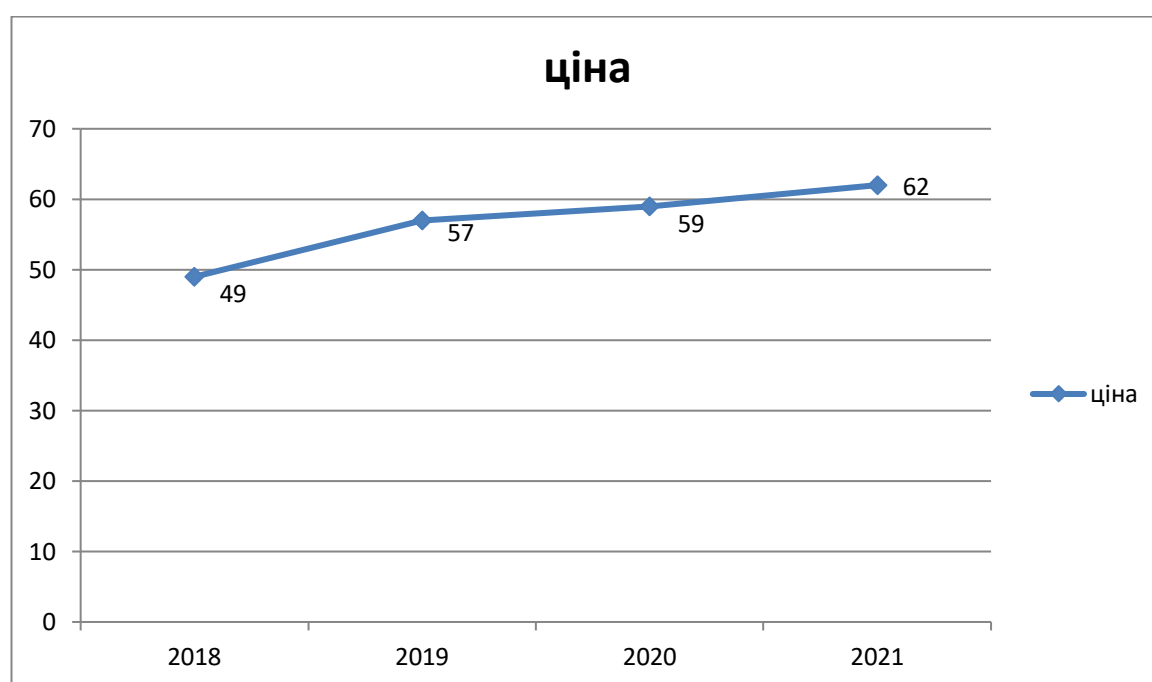
Тож можна перейти до компанії МакДональдз була першопрохідником глобального бізнесу у всіх країнах, які відкривалися світу, і Україна не стала винятком. Але сьогодні МакДональдз у нашій країні це значною мірою місцевий бізнес. Досить сказати, що їжа в усіх 95 українських ресторанах компанії здебільшого складається з локальних інгредієнтів — вирощених чи вироблених в Україні.

Так, наприклад, яловичі біфштекси для бургерів та молоко для кави виробляють заводи у Вінницькій області. Булочки постачає дніпровський

завод "Бімбо", молочну суміш для морозива — Білоцерківський молочний комбінат, яйця, випічку, салат латук та овочі — заводи Київської області. В Україні також виробляють напої, вівсяну кашу, з упаковки — паперові стаканчики та серветки, упаковки для бургерів та інше картонне впакування.

У 2020 році найбільша за оборотом компанія у сфері громадського харчування не дорахувалася 20% відвідувачів. Як і у всього ринку, доставка стала для McDonald's головним каналом зростання під час пандемії. Продажі через McDelivery зросли в 4,5 раза. У 2020-му McDonald's відкрив в Україні 10 ресторанів – удвічі більше, ніж роком раніше. Компанія інвестувала в нові заклади \$68 млн, збільшивши свою частку ринку на 0,5 процентного пункту, до 14%.

МакДональдз зайняв 75 місце серед 100 найбільших приватних компаній в Україні, прибуток якого склав 644 млн.грн.



Побудовано автором на основі джерела [31]

Рис.2.11 Динаміка ціни на «Біг-Мак» в грн.

Стрімке зростання ціни з кожним роком може пояснюватися інфляцією в країні, заподіяною такими причинами, як пандемія, політичні ускладнення в країні.

На сьогодні в Україні партнерів-франчайзі корпорація McDonald's не залучає, розвиваючи виключно власну мережу ресторанів. Те саме стосується й інших країн пострадянського простору, де компанія вважає за краще самостійно займатися відкриттям своїх ресторанів. А ось у інших країнах, серед яких Румунія і Польща, активно практикується франчайзингова співпраця.

Варто підкреслити, що McDonald's у Польщі довгий час також не розвивався по франчайзингу, тому не виключено, що в найближчі роки McDonald's в Україні оголосить про початок розвитку за франчайзинговою схемою. Перевіреним часом міжнародний досвід розвитку мережі McDonald's доводить його результативність, а систему відбору франчайзі, підтримки і стандартизації в мережі McDonald's можна назвати по праву кращою в світі.

Сьогодні ринок громадського харчування в Україні не насичений, особливо якщо порівнювати з європейськими країнами. Наприклад, в Швеції або Австрії на кожні 40 000 населення припадає один ресторан McDonald's. Щоб досягти таких показників, в Україні має працювати 1000 закладів, а їх поки лише 79 (станом на 2019 рік).

В Україну приходять нові гравці, і будь-яка конкуренція є позитивним фактором розвитку. Це один з небагатьох об'єктивних чинників, який поліпшує якість обслуговування, якість продукту, змушує гравців ринку більше інвестувати і працювати з подвоєною силою. Виграють від цього не тільки відвідувачі, але і країна в цілому.

Щоб відкрити McDonald's по франшизі у будь-якій країні, варто враховувати, що вимоги компанії до кандидатів дуже суворі і ціна питання велика. Разом з тим, у сфері фаст-фуду посилилася конкуренція, і на ринку з'явилися нові сильні гравці. Ринки пострадянських країн та країн Східної Європи дуже цікаві і перспективні для подальшого розвитку мережі ресторанів швидкого харчування. Тому підприємцям цих країн варто задуматися про покупку франшизи, умови її отримання будуть для них вигідними.

Перш ніж переходити до з'ясування того, як відкрити McDonald's, розглянемо переваги та недоліки франшизи (табл.2.10).

Компанія McDonald's давно працює над своїм іміджем і репутацією, тому користування своєю торговою маркою довіряє небагатьом. Вимоги, яким потрібно відповідати для того, щоб відкрити McDonald's:

- підтверджений досвід ведення підприємницької діяльності (бажано в сфері роздрібної торгівлі або ресторанного бізнесу), а також управління компанією;
- бездоганна репутація та кредитна історія;
- наявність необхідного стартового капіталу;
- розуміння дії системи франчайзингу;
- вміння вести фінансові справи;
- складений бізнес-план ресторану швидкого харчування;
- особистісні якості: комунікабельність, готовність до отримання нових знань, здатність мотивувати працівників, бажання розвиватися і приділяти багато часу навчанню;
- здатність і бажання працювати по правилам франчайзингової компанії;
- успішне проходження співбесіди з уповноваженими представниками компанії.

Таблиця 2.11

Переваги та недоліки франшизи McDonald's

Переваги	Недоліки
<p>1. Впізнаваність торгової марки. У світі напевно немає такої людини, яка не чула б про McDonald's. До того ж мережа займає близько половини всього ринку фаст-фуду багатьох країн, тому не потребує розкрутки.</p> <p>2. Фіксовані відрахування на рекламу. Сам франчайзі не займається питаннями реклами, він вносить фіксований відсоток з</p>	<p>1. Висока вартість франшизи і великі стартові інвестиції. McDonald's відомий великими вкладеннями в бізнес. І ці суми становлять від 0,5 млн доларів. Але також вони можуть різнитися залежно від регіону, тому при вирішенні відкрити McDonald's варто звернутися в представництво компанії за місцем.</p>

<p>прибутку - 4,5%.</p> <p>3. Чітко розроблена стратегія і готовий проект. Компанія славиться налагодженим механізмом дій, чіткими і строгими стандартами якості і технологіями. Купуючи франшизу Макдональдс, франчайзі отримує всі необхідні інструкції починаючи від рецептури страв і закінчуючи регламентом обслуговування відвідувачів.</p> <p>4. Система навчання. Незалежно від займаної посади всі співробітники отримують необхідні їм знання. У міру просування по кар'єрних сходах працівники будуть проходити нові тренінги та курси.</p>	<p>2 «Плинність» персоналу. Так як основна частина працівників - студенти і недавні випускники вузів, то варто очікувати того, що вони на довго не затримуються на цьому місці роботи. З цієї причини доведеться постійно займатися набором персоналу.</p> <p>3. Високі вимоги франчайзера. Вони стосуються не тільки значного початкового капіталу, але і досвіду успішної підприємницької діяльності та управління персоналом.</p> <p>4. Повна залежність від франчайзера. Це типова умова при роботі по франшизі, але в разі прийняття рішення відкрити McDonald's доведеться не тільки діяти за всіма стандартами компанії, але і миттєво впроваджувати всі нововведення і брати участь у всіх необхідних заходах.</p>
--	--

Побудовано автором на основі джерела [33]

Судячи з висунутим вимогам, компанія McDonald's в якості своїх франчайзі бажає бачити успішного бізнесмена у віці 30+, який стежить за сучасними тенденціями і знаходиться в постійному русі. Але відповідати перерахованим вище вимогам недостатньо.

Якщо претендент підходить, то йому в обов'язковому 47 порядку доведеться пройти курс 9-місячного навчання вартістю близько 10 тисяч доларів. За цей час вивчаються такі моменти діяльності мережі McDonald's:

- концепція торгової марки;
- технологічний процес; – маркетинг компанії;
- процес приготування страв і їх рецептура;
- стандарти якості.

2.3. Особливості територіальної будови ТНК харчової промисловості в Україні.

У процесі глобалізації світової економіки дедалі більший сектор світового ринку стає підконтрольним ТНК. Вони є дуже потужними виробниками харчових продуктів, які контролюють окремі сегменти світового ринку продовольства. Найбільшими компаніями є:

ТНК світу з виробництва харчових продуктів

Назва ТНК	Країна-засновниця	Продукція	Річний обіг, млрд дол. (2015 р.)
Nestle	Швейцарія	Кава та інші напої, кондитерські вироби, майонез тощо	88,8
PepsiCo	США	Безалкогольні напої, снеки, бакалейні вироби	63,0
Unilever	Велика Британія і Нідерланди	Кетчуп, томатна паста, майонез, гірчиця, оцет тощо	59,0
Anheuser-Busch InBev	Бельгія	Виробництво пива	56,0
Coca-Cola	США	Безалкогольні напої	44,0
Mars	США	Шоколадні вироби Snickers, M&M, Bounty, крупи швидкого приготування Uncle Ben's, виробництво жувальної гуми Orbit	33,0
Menu Foods	США	Енергетичні напої, корм для тварин	32,0
Danone	Франція	Молочні продукти, кондитерські вироби, мінеральна вода	24,9

Побудовано автором на основі джерела [32]

Рис.2.12. ТНК харчової промисловості та країна їх заснування

Підприємства галузей харчової промисловості розташовані переважно в місцях споживання.

Галузі харчової промисловості розміщувались нерівномірно, за винятком борошномельної промисловості, що була поширена у всіх районах України. Підприємства цукрової та спиртової промисловостей зосереджувалися переважно на Правобережжі, консервної — на півдні, пром. виробництва вина — на Одещині, в Криму та на Закарпатті; шахтне видобування солі — на Донбасі (Артемівськ, Слов'янськ), Передкарпатті та Закарпатті (Солотвино). Пивоварні, кондитерські та тютюнові фабрики розміщувалися головним чином у Києві, Львові, Харкові, Одесі, Миколаєві.

Слабо розвинута була харчова промисловість у промислових осередках Донбасу та Придніпров'я.

Тісний зв'язок сільського господарства з природно-кліматичними умовами зумовлює зональний характер його спеціалізації. Так, у територіальній структурі сільського господарства України виділяються три зональні аграрні комплекси (зони): лісовий (поліський), лісостеповий, степовий; гірські регіони — Карпатський і Кримський, а також позазональні приміські території.

Поліський льоно-, картопле-, тваринницький комплекс займає 19 % площі сільськогосподарських угідь країни. Він сформувався в межах Українського Полісся. Провідною галуззю є м'ясо-молочне скотарство (понад 25 % м'яса і 20 % молока в Україні). Найвища за товарністю галузь — льонарство, (95 % льоноволокна), нижче — картоплярство (48 % товарної картоплі). Крім того, тут виробляється понад 15 % цукрового буряку, понад 6 % товарного зерна, овочі (7 %), а також свинина, м'ясо птахів, яйця, баранина та вовна.

Подальший розвиток поліського комплексу пов'язаний зі спеціалізацією на високоінтенсивному м'ясному і м'ясо-молочному скотарстві.

З цією метою розширюються площі зернобобових культур і багаторічних трав, створюються культурні пасовища. Спеціалізованими галузями тут стали хмелярство, звірівництво, мисливські господарства, а також розведення риби і водоплавних птахів у природних і штучних водоймах.

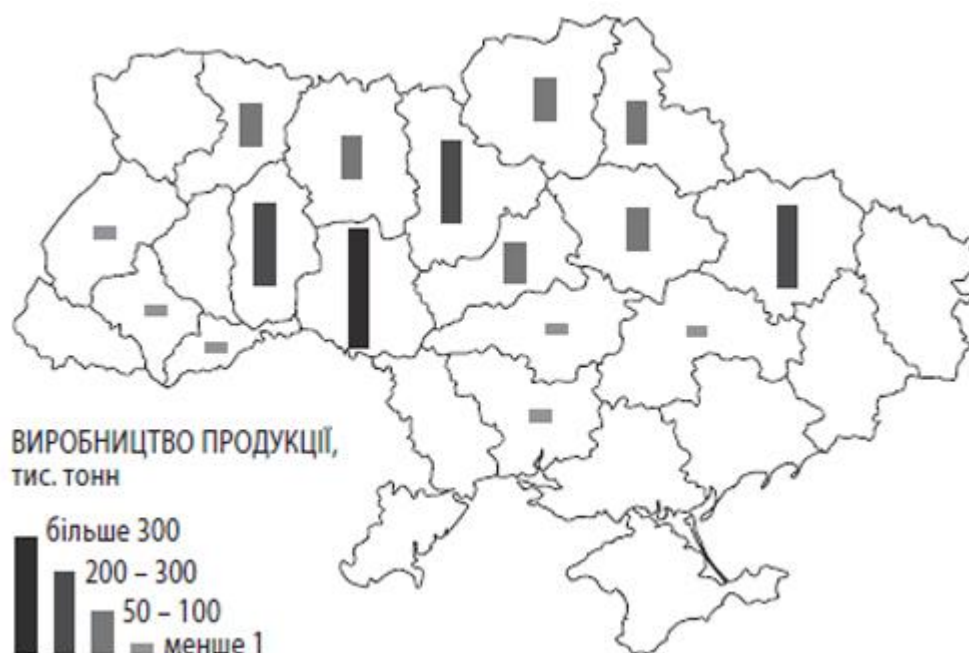
Лісостеповий буряко-, цукро-, тваринницько-зерновий комплекс займає 35 % площі сільськогосподарських угідь України. Він сформувався в межах лісостепової природної зони.

Провідною галуззю є бурякосіяння (понад 70 % бурякової сировини країни), яке успішно поєднується зі скотарством і хліборобством. Серед зернових культур основні — озима пшениця та кукурудза, менше значення

мають ячмінь, жито, просо, гречка, горох, рис. Високотоварною галуззю є також м'ясо-сальне свинарство, менше значення має птахівництво.

Степовий тваринницько-зерново-соняшниково-овочеплодівницький комплекс сформувався в межах степової природної зони України, він охоплює понад 40 % її території. Серед галузей насамперед виділяються скотарство (на півночі молочно-м'ясне, південніше м'ясо-молочне), свинарство, вівчарство і птахівництво, тобто на галузі тваринництва припадає близько 60 % товарної продукції України (м'ясо, молоко, вовна, яйця). Тут зосереджені великі площі озимої пшениці, кукурудзи, ярого й озимого ячменю, проса, гороху, рису. Степовий комплекс виробляє близько 55 % усього зерна України. Найвищу товарність мають соняшник, виноград, плодово-ягідні культури. Додатковою галуззю є картоплярство на зрошуваних землях. Враховуючи унікальне сприяння природно-кліматичних умов, тут необхідно розширювати площі багаторічних насаджень персика, абрикоси, яблуні, сливи, груші, черешні.

Гірські регіони Карпат і Криму спеціалізуються на тваринництві (вівчарство і скотарство м'ясо-молочного напрямку). У Криму вирощують тютюн, фрукти, овочі, виноград. У Прикарпатті розвинені зернове господарство, картоплярство, хмелярство, у Закарпатті — виноградарство, вирощування тютюну.



Побудовано автором на основі джерела [35]

Рис. 2.13. Територіальне розташування виробництв харчової промисловості України

Як ми бачимо, найбільша концентрація виробництв знаходиться в Вінницькій, Київській, Харківській та Хмельницькій областях.

Повернемося до найбільшого ТНК харчової промисловості в Україні, а саме Nestle. Звернемо увагу на розміщення підрозділів з точки територіальних особливостей країни.



Рис. 2.14. Територіальне розташування компаній Nestle

Основну частину, як ми можемо побачити, займає Західна Україна. Це розташування може бути обумовлене тим, що західна Україна знаходиться якнайближче до Європи, і з точки зору логістики та транспортних витрат, має логічне та правильне розміщення.

Перший «Макдоналдс» в Україні відкрився 24 травня 1997 року у будівлі вестибюлю ст.м. «Лук'янівська» у Києві. Того ж року відкрилися ресторани на Поштовій та Севастопольській площі та на вулиці Драйзера. Вся діяльність ресторанів «Макдоналдс» здійснюється від імені компанії «МакДональдз Юкрейн Лтд», яка є власністю голландської компанії GOLDEN ARCHES EUROPEAN HOLDINGS B.V. (99,975% у статутному капіталі) та ірландській GLOBAL RESTAURANT OPERATIONS OF IRELAND LIMITED (0,025% статутного капіталу).

МакДональдс Юкрейн Лтд із часткою 15% ринку є лідером у своєму сегменті.

До 2003 року компанія інвестувала у розвиток мережі своїх ресторанів на Україні близько 82 млн. доларів США.

У 2006 році ресторан, що знаходиться в Києві біля центрального залізничного вокзалу, увійшов до п'ятірки найбільш відвідуваних закладів мережі McDonald's у світі, а в 2010 році він вийшов на 3-є місце серед 30 тис. закладів мережі, обслуживши 2,283 млн. клієнтів.

До 2010 року дизайн та внутрішня обстановка всіх закладів мережі було приведено до єдиного зразка.

У 2011 році компанія запустила проект розвитку мережі кав'ярень McCafé. Станом на 2016 рік було відкрито 15 кав'ярень Маккафе. Усі ресторани надаються бездротовим доступом до Інтернету через Wi-Fi.

Станом на 21 травня 2021 року у 20 містах та одному селі України працює 100 ресторанів:

Київ — 42, Бориспіль — 1, Бровари — 1, Харків — 12, Дніпро — 9, Одеса — 9, Львів — 6, Запоріжжя — 3, Кривий Ріг — 2, Вінниця — 2, Миколаїв — 1, Полтава — 1, Чернігів — 1, Черкаси — 2, Житомир — 1,

Суми — 1, Кременчук — 1, Рівне — 1, Тернопіль — 1. Херсон — 1, Софіївська Борщагівка — 1, Буча — 1, Івано-Франківськ — 1, Хмельницький — 1, Луцьк - 1

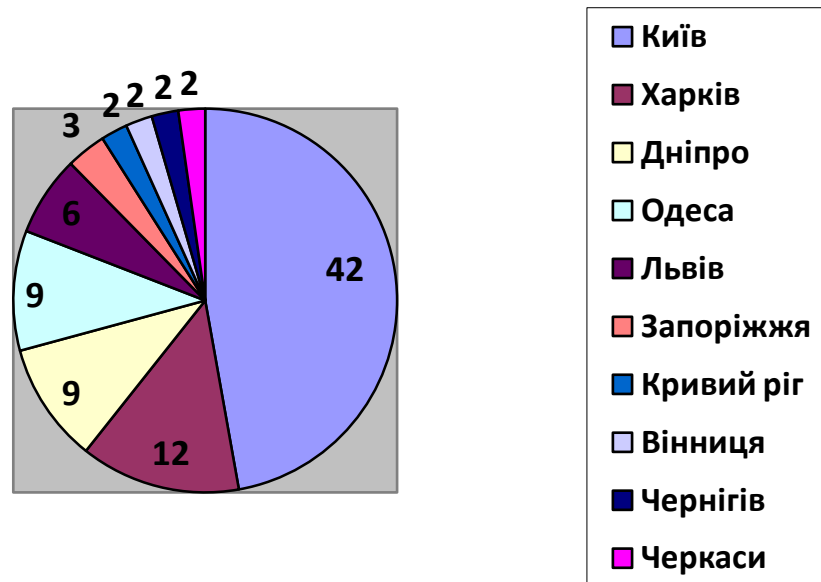


Рис. 2.15. Територіальне розташування закладів «McDonalds»

Побудовано автором на основі джерела [43]

Київ займає першу сходинку в рейтингу, що не є сподіванкою, адже це перше місто, в якому з'явився заклад МакДональдз, та який є найнаселенішим містом України.

РОЗДІЛ 3.

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

3.1 Основні проблеми в діяльності ТНК харчової промисловості та шляхи їх подолання.

Харчова промисловість є стратегічно важливою галуззю національного господарства, від якої залежить добробут українського народу, а розширене прискорене відтворення є однією з головних передумов подолання кризових явищ та досягнення сталого економічного зростання. Особлива роль харчової промисловості у розвитку будь-якої країни визначається соціальною значимістю продукції, що має першорядне значення для життя і здоров'я людини. Харчова промисловість виступає організатором та інтегратором агропромислового комплексу, що сприяє розвитку інших галузей як учасник агропромислового ринку.

В Україні, на сучасному етапі розвитку, харчова промисловість входить до першої п'ятірки галузей з наповнення державного бюджету та робить значний внесок у виробництво валового внутрішнього продукту. Вона здатна забезпечити внутрішні потреби у продовольчих товарах та зайнятість населення, а також сприяє залученню до країни іноземних інвестицій. В останнє десятиліття харчова промисловість демонструє одні з найвищих темпів зростання обсягів виробництва серед інших галузей економіки.

Харчова промисловість тісно пов'язана з сільським господарством і, природно, що неврожаї, кон'юнктурні коливання цін на сільськогосподарську сировину та матеріали впливають на ефективність діяльності підприємств харчової промисловості, призводять до коливань попиту та пропозиції на окремі види продукції, що зумовлюють обсяги виробництва та впливають на вартість продовольства населення України. На ефективність роботи та розміщення виробничих потужностей підприємств харчової промисловості впливає наявність та розвиненість сировинної бази, ємність споживчого ринку, структура ринку праці, можливість залучення висококваліфікованих

кадрів, наявність енергетичних та фінансових ресурсів, зручність транспортного сполучення.

На думку фахівців, основними факторами, що гальмують розвиток харчової промисловості, є:

- незадовільний стан матеріально-технічної бази значної частки підприємств, їх технікотехнологічна відсталість, що зумовлює високу ресурсоємність продукції та низьку конкурентоспроможність її продукції;
- недолік оборотних коштів на закупівлю сировини, особливо сезонної; недостатня потужність для переробки або первинної обробки сільгоспсировини у місцях її виробництва, відсутність виробництв з технологіями глибокої безвідходної переробки сільськогосподарської сировини;
- зниження купівельної здібності значної частини населення та підвищення рівня диференціації доходів населення;
- прискорення інфляційних процесів; незадовільна для України кон'юнктура зовнішніх ринків, зміна зовнішньоторговельна політика і т.д.

Найбільший негативний вплив на розвиток харчової промисловості надає інфляція, яка формує:

1) Причини зниження попиту на продовольчому ринку, викликає уповільнення оновлення основних засобів підприємств, створює бар'єри для структурних перетворень у харчовій промисловості У складних умовах господарювання зміцнити позиції на ринку та не втратити прибутковості вдається лише тим компаніям, які не скорочують інвестиції у власний розвиток, впроваджують інноваційні технології, розширюють асортимент шляхом розробки та виведення на ринок нових видів конкурентоспроможної продукції. Однак, відсутність вільних коштів для модернізації обладнання, впровадження нових інноваційних технологій, закупівля сировини змушує підприємства скорочувати виробництво.

2) Підвищення конкурентоспроможності харчової промисловості та зміцнення її експортного потенціалу можливе лише шляхом інноваційного розвитку. Необхідна модернізація та технічне переозброєння виробництва, впровадження сучасних технологій та систем управління якістю, введення у виробництво нових видів продукції. До основним ключових факторів, що підвищують ефективність діяльності підприємств харчової промисловості, на нашу думку, слід зарахувати:

- збільшення інвестицій у виробництво конкурентоспроможної продукції для продовження терміну зберігання та покращення якості продукції;
- розробка заходів щодо зниження витрат на виробництво та збут продукції;
- розширення асортименту та формування збалансованого портфеля брендів та своєчасне виведення на ринок нових продуктів;
- оптимальне ціноутворення та цінові пропозиції для різних категорій споживачів;
- удосконалення системи дистрибуції, розвиток власної торгової мережі, інвестиції у рекламу, просування бренду;
- запровадження інноваційних технологій та енергетичних проектів;
- орієнтація на диверсифікацію ринків з урахуванням потреб внутрішнього та зовнішнього ринків, розширення ринків збуту, у тому числі за рахунок експорту;
- створення та розвиток власної сировинної бази;
- формування та розвиток інтегрованих об'єднань (вертикальна) та горизонтальна інтеграція).

Транснаціональні корпорації (ТНК) ХП відіграють ключову роль процесі глобалізації. Їхні стратегії багато в чому визначають розмір і характер торгових шляхів, прямих іноземних інвестицій та грошових потоків. Детермінанти цих стратегій власними силами досить складні. Вони враховують не лише фактори видатків та конкретні активи країн, а й

складний зв'язок зовнішніх мереж та національних процедур, а також власні ноу-хау, які, всупереч деяким переконанням, все ще значною мірою впливають на країну походженням. Особливості ТНК проявляються у складі їх правління, у формі їх внутрішньої організації, а також у характері та географії транзакцій, у яких вони є більш конкурентоспроможними.

Розвиток транснаціонального бізнесу дозволяє припустити, що еволюція операційних у ньому організаційних структур веде до поглиблення суспільного характеру сучасного виробництва та його інтернаціоналізації, а невідповідність її умовам, що змінюються, не тільки знижує ефективність діяльності конкретного суб'єкта, але і може стримувати економічне зростання в національному . та світової економіки, оскільки цей процес органічно пов'язаний зі зрушеннями у самій структурі глобальної торгової системи, виникнення нових форм і моделей. Зростання кількості транснаціональних компаній та їх діяльності також відображається у змінах галузевої структури та пов'язаних із цим змінах у географічній структурі діяльності ТНК ХП.

Прямі іноземні інвестиції ТНК ХП грають більшу роль, ніж державні позички і кредити. Приплив ПІІ в країну свідчить про надходження не просто додаткового капіталу, а отримання унікального поєднання капіталу, досвіду управління, прогресивних технологій, доступу до ринків капіталу, збуту, сировини, яку вже має ТНК як інвестор. Проте активність ТНК та приплив прямих іноземних інвестицій в Україну значно поступається іншим країнам Східної Європи та СНД. Насиченість економіки України ПІІ є досить незначною. Тому актуальним є формування інвестиційної привабливості України для іноземних ТНК.

Як відомо, лівова частина прямих іноземних інвестицій здійснюється ТНК, які вже є потужними гравцями на фінансовому ринку України.

Нині вплив ТНК на економіку України є досить значним і вагомим. Так практично визначені глобальними компаніями такі сектори економіки регіонів України:

- виробництво тютюнових виробів: ТНК «Japan Tobacco International», «Imperial Tobacco Group», «Philip Morris», «В.А.Т.»;
- пивобезалкогольна галузь: пиво, безалкогольні напої ТНК
- «Coca-Cola», «Pepsi»(вкуп «Сандри»), «Orangina Group» (вкуп «Росинки»); – переробка олійних та зернових культур: компанії «Bunge» (вкуп елеваторів, контроль над експортом зерна; ТМ «Олейна», «Щедрий Дар» тощо);
- переробка молока: ТНК «Groupe Lactalis», «Bel Group», «Danone» (Франція), «Юнімілк» (Росія); – виробництво кондитерських виробів (шоколаду) та концентрованих харчових продуктів: ТНК «Nestle» (ТМ «Світоч», «Торчин-продукт», «Крафт Фудз» (ТМ «Корона») та ін.;
- виробництво продуктів побутової хімії та парфумерії: ТНК Procter&Gamble (США).

Перелічені компанії викупили або побудували виробничі потужності в регіонах України, стаючи фактично елементом регіональних господарств. Враховуючи специфіку діяльності цих компаній, маємо чітко виражену ставку на внутрішній ринок України, обмежені зв'язки з місцевими компаніями – потенційними постачальниками сировини, агресивну рекламну компанію і тактику знищення «внутрішніх» конкурентів.

Однією з умов привабливості діяльності ТНК є наявність в Україні важливих факторів зростання виробництва. Серед них можна виділити такі.

А) Природно-ресурсний потенціал:

– Україна володіє значними запасами багатьох видів мінерало-сировинних ресурсів (вугілля, залізна та марганцева руди, сірка, ртуть, титан, уран, граніт, мінеральні солі тощо) і належну транспортну і добувну інфраструктуру.

Б) Наявність достатньо розвинутої регіональної транспортної інфраструктури

– трубопроводів, транзитних терміналів, залізниць і автомобільних доріг, мереж електропередач, морських портів

– визначає певні переваги України. Згідно з оцінками JAA, Україна належить до перших 16% країн світу за довжиною асфальтованих доріг, перших 37%

– за використанням електроенергії та перших 43%

– за рівнем телефонізації.

Щоправда, старіння інфраструктури підриває деякі із зазначених переваг України. Відносно дешевою є кваліфікована робоча сила, що також зумовлює переваги для діяльності ТНК в Україні. Незважаючи на те, що в Україні частка офіційної зарплати у структурі доходів населення зростає, розрив у вартості робочої сили з розвинутими країнами є досить значним.

Комп'ютерні технології і програмне забезпечення дають Україні та ТНК надзвичайно великі можливості, оскільки не потребують жодного обладнання чи устаткування окрім комп'ютера, а переважна більшість витрат виробничих припадає на робочу силу. За рахунок різниці ставок заробітної плати виготовлення того ж програмного продукту в Україні обходиться на кілька порядків дешевше, ніж у США. Тобто український науково-дослідний інститут, весь бюджет якого не перевищує кількох мільйонів гривень, може створювати реальну конкуренцію західним ТНК з їх багатомільярдними оборотами.

Ще більше можливостей надає глобальна комп'ютерна мережа Інтернет – закріплення на цьому ринку не потребує жодних капіталовкладень, крім витрат на мінімальне комп'ютерне забезпечення. Ще однією вагомою перевагою для діяльності ТНК є геополітичне розташування України, а також традиційні економічні зв'язки управлінських компаній із компаніями країн СНД, Балтії, що склалися в попередні роки і зберігають своє значення н сучасному етапі, – це робить Україну привабливим плацдармом для освоєння ринків зарубіжними країнами.

Проте варто звернути увагу на те, що такі ТНК у цілому не несуть прямої загрози економічній безпеці, оскільки не складають конкуренції товаровиробнику. Негативним є момент перетворення країни, яка має

величезний інтелектуальний і науково-технічний потенціал, здатний забезпечити власний технологічний прорив на полігон для виконання механічних операцій, які, проте, можуть бути розцінені як «розміщення на території регіону підприємств з інноваційними технологіями».

На заводі розвитку діяльності ТНК в Україні стають такі проблеми, як:

- відсутність в Україні стабільної стратегії та окресленого національного плану дій;
- недосконалість національної нормативноправової бази, нечітка правова система, нестабільність економіко-політичної ситуації;
- високий рівень корупційності в усіх сферах господарської діяльності та нездатність судової системи належним чином реалізовувати покладені на неї функції;
- невисокий платоспроможний попит населення України;
- ускладнене спілкування з урядовими та приватизаційними органами;
- надмірна обтяженість регуляторними нормами та складність податкової системи, високе податкове навантаження;
- інформаційна ізоляція і велика кількість міфів щодо України.

Таблиця 3.12

SWOT-аналіз інвестиційного клімату для розвитку ТНК в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Потужний ресурсний потенціал (наявність ґрунтів, дешева робоча сила). Привабливе геополітичне положення. Відкритість і прозорість економіки для інших держав. Певний рівень довіри міжнародних організацій до України. Укладення міжнародних угод про заохочення і захист інвестицій, обмін інформації щодо нормативноправових актів у сфері інвестиційної діяльності.</p>	<p>Високий рівень інфляції Корупція Тінізація економіки, іноземним і вітчизняним інвесторам важко отримати оперативну й об'єктивну інформацію про ринок). Недостатність державної підтримки. Ріст монополізації прибуткових галузей економіки. Відсутність довіри іноземних інвесторів до вітчизняних владних структур.</p>
Можливості	Загрози

<p>Мінімізація втручання органів виконавчої влади в господарську діяльність підприємств. Побудова стабільної та передбачуваної нормативноправової бази. Забезпечення прозорості процедури прийняття рішень органами виконавчої влади. Ріст темпів розвитку споживчих галузей та сфери послуг. Залучення інвесторів, які мають довгострокові інтереси. Зниження податкового навантаження, оптимізація та підвищення прозорості адміністрування податків. Подолання бюрократизму і проявів корупції. Зміцнення банківської системи України. Стимулювання залучення інвестицій у наукову, науково-технічну та інноваційну діяльність.</p>	<p>Імовірність втрати інвестицій і доходу від них. Відсутність дієвого механізму правового захисту інвесторів від боржників та недобросовісних партнерів. Значний адміністративний контроль і бюрократичні перешкоди. Нерозвиненість транспортної інфраструктури та значні недоліки у функціонуванні енергетичного комплексу. Відсутність конкурентних переваг при залученні іноземних інвестицій через високі ставки податків. Тяжкий фінансовий стан багатьох підприємств. Низька купівельна спроможність населення і фактор недовіри населення. Нестабільність економічної і податкової політики, її залежність від організаційних змін на урядовому рівні.</p>
--	--

Побудовано автором на основі джерела [38]

Як бачимо, Україна володіє значним внутрішнім ринком, розгалуженим промисловим і сільськогосподарським потенціалом, багатими і різноманітними природними ресурсами, а також вигідним геополітичним положенням, тому може стати одним із провідних реципієнтів інвестицій ТНК. Нині для держави головним завданням для залучення ТНК до своєї економіки є вжиття відповідних заходів щодо покращення інвестиційного клімату, тому що при раціональному підході Україна може отримати цілу низку конкурентних переваг від присутності на її території іноземних корпорацій.

Більш детально зупинимось на перевагах та недоліках діяльності ТНК в Україні. Почнемо з позитивного впливу ТНК на економіку України.

На мій погляд, найбільш вагомими критеріями є збільшення прямих іноземних інвестицій, збільшення податкових надходжень до бюджету, а отже, й підвищення економічного зростання. Тако ж слід відміти й

впровадження інновацій, що забезпечує модернізацію виробництва, а отже й призводить до реконструкції основних фондів. За рахунок відкриття представництв ТНК у нас в країні призведе до зменшення безробіття та підвищення кваліфікації робітників, окрім цього ТОП-менеджмент отримує управлінський досвід ведення бізнесу. Зі сторони торгівельних відносин відкриття філій ТНК сприятиме поживленню внутрішньої торгівлі та насичення ринку високоякісними товарами та послугами, окрім цього призведе до зміцнення зовнішньоторгівельних зв'язків. Усі ці перелічені фактори сприятимуть створенню позитивного іміджу нашої держави. Однак серед переваг діяльності ТНК є й негативні моменти. Зупинимось на них більш детально. При відкритті своїх представництв призводить до домінування ТНК над національними виробниками, а це призводить до ліквідації національного товаровиробника, окрім цього транснаціональні корпорації отримують можливість захоплення найбільш перспективних секторів економіки та лобювання власних інтересів в політиці ціноутворення. Головним недоліком, на наш погляд, є те, що ТНК для виробництва можуть використовувати застарілі технології та розміщувати шкідливе виробництво без дотримання екологічних стандартів на території нашої країни.

Виходячи з вищезазначеного політика уряду України повинна бути спрямована на використання усіх позитивних можливостей від діяльності ТНК, а також на нейтралізацію негативних наслідків їх діяльності та повинна ґрунтуватися на визначенні національних пріоритетів розвитку, а отже не бути спрямована на надання податкових пільг або накладати обмеження на операції.

Реальні заходи, що покращать інвестиційний клімат в Україні і сприятимуть стимулюванню розвитку ТНК можуть бути визначені таким чином:

– забезпечення захисту іноземних інвестицій як економічними, так і політичними засобами;

- вдосконалення законодавчої бази шляхом формування чітких правових норм щодо використання іноземних інвестицій;
- оптимізація податкової системи з урахуванням можливості надання певних пільг;
- забезпечення політичної стабільності, в основу якої потрібно закласти створення механізмів виконання наступними урядами зобов'язань попередніх;
- формування інвестиційної інфраструктури, яка сприятиме раціональному використанню іноземних інвестицій;
- надання можливості вивезення іноземними інвесторами заробленої частини прибутку після сплати податків тощо.

Таким чином, для того щоб активізувати інвестиційну діяльність, ТНК необхідно забезпечувати роботу чітких, зрозумілих та зручних механізмів її реалізації як на регіональному, так і на державному рівнях. А для цього перш за все уряд повинен займатися розробкою національних та регіональних стратегій розвитку, які б займалися дослідженням та забезпеченням бажаного економічного ефекту на довгостроковій основі завдяки координації роботи органів управління державою та органів місцевого самоврядування.

На мою думку, з метою запобігання монополізації, контролю за правомірністю та впливу інших регулюючих заходів країна повинна прийняти відповідні законодавчі акти, які обмежували б діяльність ТНК і спрямовували їх у сфери, визначені державою як пріоритетні. При цьому українським підприємствам варто співпрацювати з іноземними ТНК не в якості джерела дешевих сировинних ресурсів або відсталого технологічного приросту, а використовувати переваги залучення іноземних інвестицій для розвитку свого інноваційного потенціалу.

Я вважаю, доцільно використовувати диференційований підхід до залучення ПІІ від ТНК. Об'єктами іноземного інвестування можуть бути окремі підприємства і галузі в цілому, у тому числі і сфери послуг.

Пріоритетними об'єктами для іноземного інвестування ТНК є виробництво нового обладнання та нових матеріалів, експортної продукції, яка відповідає світовим стандартам, ресурсозберігаючі технології, виробництво машин та устаткування для різних галузей реального сектора економіки. Для інвесторів ТНК щодо даних об'єктів повинні бути передбачені пільги в оподаткуванні.

До «обмежених» для іноземного інвестування об'єктів пропонується віднести ті підприємства різних галузей промисловості та сфери послуг, які можуть розвиватися самостійно і випускати конкурентоспроможну продукцію. Політика залучення іноземного капіталу в цьому випадку передбачає різні обмеження і квоти.

До об'єктів, що «заборонені» для інвестування іноземного капіталу, варто віднести підприємства, пов'язані із забезпеченням національної безпеки України.

До об'єктів, що «дозволені» для інвестування ТНК, можна віднести підприємства, діяльність яких не пов'язана безпосередньо з зміцненням національної безпеки країни, але використання іноземного капіталу і нових технологій на яких допоможуть їм добитися успішного функціонування.

Таким чином, в Україні необхідно побудувати власну стратегію у сфері залучення іноземного капіталу ТНК, акцентуючи увагу на інноваційної спрямованості розвитку економіки. При цьому варто об'єднати зусилля держави та національних інвесторів і лише на додаток підключити іноземних інвесторів. Іноземний капітал може дати додаткові кошти для зростання виробництва окремих підприємств або галузей, яким не приділяється належної уваги вітчизняними інвесторами, але які відіграють важливу роль в економіці України, і стати каталізатором зміцнення ринкових відносин у країні (лише за наявності чіткої державної політики, що регулює даний процес)

Отже, головними проблемами в розвитку інвестиційної діяльності ТНК є: неврівноваженість правової бази, суттєвий податковий тиск податкових

органів, велика ступінь бюрократії та корумпованості відповідальних осіб, малий платоспроможний попит населення України, невелика транспарентність (прозорість) приватизаційного процесу, неефективно працююча судова влада, нерозвинутість страхового та фондового ринку тощо. Плани розвитку у майбутньому діяльності ТНК на території України тісно пов'язані з процесом зростання української економіки та перспективами України реалізувати дійові макроекономічні реформи в країні. Власне, саме від здатності до реалізації макроекономічних реформ в Україні залежить міжнародне сприйняття її, що у свою чергу є значним аргументом для стимулювання діяльності ТНК в Україні. Програма діяльності уряду має передбачати розроблені та закріплені механізми регуляції, які повинні містити в собі як систему стимулів для залучення іноземних ТНК, так і систему, що запобігає можливим негативним впливам транснаціоналізації.

Та однією з головних проблем не тільки ТНК харчової промисловості стала пандемія COVID-19 мала нагальний негативний вплив на прямі іноземні інвестиції в 2020 році . Перспективи залишаються жахливими, подальше погіршення прогнозується в 2021 році . Виняткові глобальні обставини в результаті пандемії призвели до затримки реалізації поточних інвестиційних проектів та відкладання нових проектів, а також висихання іноземних надходжень, які, як правило, значну частку реінвестують у країни перебування. Як результат, прогнозується, що глобальні обсяги ПІІ зменшаться до 40 відсотків у 2020 році зі своєї вартості в 2019 році близько 1,6 трлн. Це призведе до того, що ПІІ становитимуть нижче 1 трлн. дол. США вперше з 2005 року, за прогнозами, ПІІ ще зменшаться в 2021 році і почнуть відновлюватися лише в 2022 році. Після спалаху COVID-19 ПІІ миттєво вразив карантин. Однак деякі інвестиційні витрати продовжувались (наприклад, постійні поточні витрати проектів), але інші витрати були заблоковані. Подібним чином багато злиттів та поглинань були або тимчасово призупинені, або скасовані. Регулятори у Сполучених Штатах та

Європі повідомили про затримки процесів затвердження деяких запланованих мега-злиттів.

3.2 Перспективи подальшого розвитку ТНК харчової промисловості України.

Глобалізація та міжнародна конкуренція в сучасних умовах спонукає суб'єктів господарювання здійснювати заходи щодо спеціалізації та концентрації виробництва, поглиблювати міжнародну кооперацію та інтеграцію. Успішна реалізація цих заходів дозволить компаніям та галузям вітчизняної економіки зайняти належне місце не лише на внутрішньому, а й на світових ринках.

Розвиток харчової промисловості до середини ХХ ст. характеризувався національними особливостями, традиціями споживання продуктів харчування, що відображали певні уподобання населення різних країн світу. Глобальна експансія у другій половині ХХ ст. провідних продовольчих транснаціональних компаній світу ("Кока-кола", "Нестле", "Юнілевер" та інших) призвела до універсалізації споживання, стандартизації випуску готової продукції та напівфабрикатів. Глобальна та регіональна конкуренція на продовольчих ринках спонукає виробників до диверсифікації асортиментного портфеля, складові якого будуть здатні конкурувати зі світовими лідерами.

Крім того, здатність підприємств досягати успіху в конкурентній боротьбі значною мірою залежить від розробки та реалізації ефективної інтеграційної стратегії, що передбачає постійний трансферт інноваційних знань, забезпечення компліментарності ресурсів та процесів їх переробки. Отже, запровадження інтеграційних стратегій розвитку та формування на їх основі інтегрованих об'єднань у харчовій промисловості дозволить нарощувати обсяги виробництва якісної сільськогосподарської сировини та харчових продуктів, що створить передумови забезпечення продовольчої безпеки країни, погодження вітчизняних стандартів якості зі світовими

вимогами, реалізації експортного потенціалу, розширення ринків збуту, зміни статусу учасника світової торгівлі сировиною одного з лідерів – експортерів продуктів харчування.

У сучасних умовах виробник повинен не лише створювати продовольчу безпеку країни, а й виступати як інтегратор ефективного функціонування всього продовольчого комплексу. За технологічним та економічним змістом харчова промисловість є високоінтегрованою із сільським господарством галуззю виробництва та природно, що неврожаї, кон'юнктурні коливання цін на сировину та матеріали призводять до коливання попиту та пропозиції на окремі види продукції. На жаль, аграрна реформа в Україні виявилася неспроможною захистити українських виробників від наслідків кризи, який охопив майже всі галузі сільського господарства, що призвело до суттєвого скорочення обсягів виробництва продукції, зниження ефективності діяльності галузі та негативно позначилося на підприємствах харчової промисловості та спричинило зменшення обсягів виробництва, і, отже, подорожчання продовольчих ресурсів для населення.

Негативні тенденції, які демонструє аграрний сектор та харчова промисловість, є загрозою для ефективного розвитку, а, отже, місця на світовому ринку та внутрішньої продовольчої безпеки. Відсутність вільних засобів для модернізації обладнання, впровадження нових інноваційних технологій, закупівлі сировини, змушує підприємства скорочувати виробництво. Тому проблеми економічно-фінансових відносин між підприємствами харчової промисловості та сільського господарства, пошуку паритету цін на сільськогосподарська сировина та продовольчі товари, розширення ринків сировини та збуту повинні вирішуватись на основі управління агропромисловим комплексом з використанням сучасних інструментів менеджменту та маркетингу.

На мою думку, основним напрямом подолання зазначених негативних тенденцій є розвиток інтеграційних зв'язків та побудова на їх основі інтегрованих об'єднань. Останнім часом для галузей харчової промисловості

характерним стає поширення інтеграційних стратегій та зростання ефективності як у межах окремих складових єдиного технологічного ланцюга (сільськогосподарські формування та переробні підприємства, заготівля, оптова та роздрібна торгівля), так і у виробничих відносинах з-поміж них. Посилення зв'язків виробників сільськогосподарської сировини та переробних підприємств призводить до появи нових цілісних властивостей у системі; зміни структури інтегрованої системи.

Суттєві конкурентні переваги в харчовій промисловості України мають компанії з вертикально інтегрованою структурою та замкнутим циклом виробництва - від вирощування, зберігання та переробки сировини до виробництва та реалізації готової продукції. За рахунок власної системи елеваторів, сільськогосподарських підприємств та торгових будинків компанії досягають замкненого виробничого циклу, економії витрат та раціонального управління фінансовими потоками. Як додаткові переваги виступають розташування в спеціальних економічних зонах та на територіях пріоритетного розвитку, а також співпраця з іноземними партнерами. В рамках дослідження доцільно зазначити, що найбільш конкурентоспроможними стають вертикально вбудовані структури.

Найбільшою в Україні вертикально інтегрованою агропромисловою компанією є ЗАТ "Кернел-груп", яка працює з 1994 року і є лідером українського ринку пляшкової соняшникової олії (питома вага якої становить 35% від загального обсягу). До групи "Кернел" входять 3 олійноекстракційні заводи та понад 20 елеваторів, кілька агропідприємств, торгова компанія. "Кернел-трейд", компанія "Кернел-капітал", що діє на ринку цінних паперів, компанія "Inperco", що представляє інтереси групи на міжнародних ринках). Частка ринку ЗАТ "Кернел-груп" серед виробників олійно-жирової галузі у 2019 році склала 12,30% при тому, що річний обсяг переробки насіння соняшнику на заводах компанії становить 15% від загального обсягу врожаю України у зазначеному періоді. Компанія має найбільшу в Україні мережу

елеваторів (1,7 млн тонн одночасного зберігання) і належать до трійки найбільших українських експортерів соняшникової олії та зернових культур.

Подальший розвиток конкурентоспроможності компанія Кернел забезпечила шляхом придбання контрольного пакету акцій групи компаній Allseeds Group, яка вважається одним із найбільших в Україні виробників сирової олії, а частка експорту становить 25-27% від загального обсягу. Найбільш перспективними виробничими активами "Allseeds Group" є маслоекстракційний завод та термінал у Миколаєві.

Лідером агропромислового комплексу України та найбільшим гравцем на ринку м'яса птиці (містить понад 40% вітчизняного ринку курячого м'яса) є вертикальна інтегрована структура ВАТ "Миронівський хлібопродукт", що працює на вітчизняному ринку з 1998 року.

На сьогоднішній день ВАТ "Миронівський хлібопродукт" - це комплекс із 20 підприємств, який поєднує потужності всього технологічного ланцюга виробництва м'яса птиці: від маленького курчати до дорослого птаха та кінцевого продукту; займається виробництвом соняшникової олії (понад 140 тис. тонн за 2009 рік), яловичини, свинини, м'ясних напівфабрикатів, ковбас, гусячого м'яса та печінки, вирощуванням фруктів та картоплі; проводить дистрибуцію (11 центрів дистрибуції); має власний автопарк (430 автомобілі-рефрижераторів). З метою зменшення залежності від постачальників та коливань цін на сировину компанія вирощує аграрні культури для забезпечення власних комбікормових заводів, виробляє корми для птахофабрик.

Для забезпечення ефективної системи збуту створено мережу фірмових франчайзингових магазинів (більше 2300 брендovаних франчайзингових точок), через які реалізується майже 50% виробленої продукції.

Необхідно зазначити, що для хлібопекарської галузі найпоширенішим є створення об'єднань на основі горизонтальної інтеграції (ТОВ "Концерн "Хлібпром"), також спостерігаються спроби виробників побудувати ефективні вертикальні структури.

Прикладом такого об'єднання є хлібний холдинг ЗАТ "Хліб Києва", який є найбільшим гравцем на території України за обсягами продажу продукції (у 2019 році загальному обсязі реалізованої хлібобулочної продукції представляла 13,5%) і діє на ринках борошна, хліба та хлібобулочних виробів у межах м. Києва та Київської області. ЗАТ "Хліб Києва" було створено у 2004 році на базі ВАТ "Київмлин" та ВАТ "Київхліб". В його склад входять 17 хлібопекарських підприємств (дев'ять у м. Києві та вісім – у Київській області), борошномельний комбінат, ремонтно-монтажний комбінат, інформаційно-обчислювальний та навчальний центр, підприємство матеріально-технічного постачання. Потужність холдингу складає понад 1700 тонн на добу хлібобулочних та 12,6 тис. тонн на рік кондитерських виробів, а асортимент представлений майже 500 найменуваннями хлібобулочних та кондитерських виробів, більшість із яких розроблені фахівцями компанії.

Варіантом створення цілісної структури кондитерської галузі є міжнародна кондитерська корпорація «Рошен» – лідер національного ринку (володіє близько 25% ринку кондитерських виробів). До складу корпорації входять 4 українські кондитерські фабрики (Київська, Вінницька, Маріупольська та Кременчуцька); 2 закордонні фабрики (Липецька кондитерська фабрика «Ліконф» (Росія) і Клайпедська кондитерська фабрика (Литва)), а також масломолочний комбінат «Бершадмолоко» та кілька цукрових заводів, які забезпечують фабрики корпорації натуральною високоякісною сировиною. , оптимізація поставок продукції до кінцевого споживача та мінімізація затримок продукції на складі.

В рамках концепції розвитку корпорації в 2000 році була створена торгова марка «Рошен», під якою корпорація випускає до 200 видів високоякісних кондитерських виробів (шоколадні та желейні цукерки, карамель, шоколад, печиво, вафлі, бісквітні рулети та торти). Загальний обсяг виробництва досягає 400 тис. тонн на рік.

Корпорація Roshen входить до складу концерну «Укрпромінвест», який можна назвати яскравим прикладом системного бізнесу в Україні. Ця група об'єднує понад 50 підприємств різних галузей. Харчова промисловість та автомобільна промисловість виділяються як основний бізнес.

З викладеного вище можна зробити висновок щодо багатоплановості характеру інтеграційних процесів в агропромисловому секторі країни, розвиток яких здійснюється від простих до складніших інтегрованих систем, від функціонування виробничих структур за участю кількох підприємств сільськогосподарського та промислового виробництва, територіально близько розташованих, до регіональних та транснаціональних формувань. На нашу думку, багатоцільові інтегровані об'єднання є найбільш привабливими об'єктами для інвестування з боку приватного капіталу, що у перспективі створить передумови для перетворення їх на сучасні ефективні виробництва, дозволить підвищити конкурентоспроможність вітчизняних товарів та підприємств, реалізувати експортний потенціал галузі, забезпечити продовольчу безпеку та економічну незалежність України.

Інтегруючись в економіку приймаючих країн, ТНК здійснюють вкладення капіталу не тільки у безпосереднє виробництво товарів і послуг, передбачених для продажу споживачам, а й у створення інфраструктури, культурно-освітні, оздоровчі, екологічно та інші важливі проекти. Таким чином міжнароднооперуючі компанії запроваджують світові стандарти соціально відповідального бізнесу на вітчизняному ринку.

Хоча в цілому діяльність ТНК позитивно позначається на економічному розвитку й конкурентоспроможності приймаючих країн, проте існує багато проблем, пов'язаних з тою діяльністю ТНК, яка суперечить інтересам приймаючих держав. До таких проблем, зокрема, відносяться хижацька експлуатація природних і трудових ресурсів та забруднення навколишнього середовища.

Згідно зі звітом про соціально-економічний вплив системи компаній Кока-Кола в Україні, корпорація розглядає пріоритетними такі напрями

інвестицій у соціальний розвиток України, як розкриття потенціалу молоді через розвиток можливостей для спорту та підтримка проектів, спрямованих на включення до суспільства представників вразливих груп .

За напрямком розкриття потенціалу молоді вдалося досягти таких результатів:

- 1 мільйон підлітків із 4000 шкіл з усієї України взяли участь у програмі лідерства, яку проводив Національний олімпійський комітет за підтримки «Кока-Кола» та ПРООН;
- 30 000 молодих українців взяли участь в олімпійських уроках та майстер-класах від спортсменів-олімпійців;
- було відкрито 20 нових спортивних та ігрових майданчиків;
- 600 000 підлітків взяли участь у кубку «Шкіряний м'яч — Кубок «Кока-Кола»

За напрямком включення до суспільства представників вразливих груп результати були втілені у підтримці проектів організації „Спеціальна олімпіада України”, у яких взяли участь 18 700 спортсменів спеціальної олімпіади, та підтримці 8 місцевих проектів спільно з Фондом «Анти-СНІД». Таким чином, соціальний розвиток корпорації «Кока-Кола» втілений у численних заходах, які спрямовані на підтримання та покращення здоров'я населення.

Концепція сталого розвитку включає в себе також екологічну складову, що виявляється у заощадливому використанні природних ресурсів та енергії, а також мінімізації шкідливого впливу виробництва на навколишнє середовище. Глобальним зобов'язанням Системи Компаній

Кока-Кола є відновити у природі ту кількість водних ресурсів, яку «Кока-Кола» витрачає у виробництві своєї продукції. В Україні «Кока-Кола» досягла встановлених цілей у відновленні водних ресурсів: внаслідок розчищення каналів загальною довжиною 1,8 кілометра було відновлено 2,5 мільйони кубічних метрів води у системі озер Бієнкові плавні Кінбурнської коси, що відповідає 400 гектарам заводненої площі.

«Кока-Кола» в Україні щорічно інвестує у економне використання ресурсів під час виробництва та зменшення негативного впливу на довкілля. Зокрема, у 2015 році економію води було збільшено на 6,5% порівняно до 2014 року. Щорічна економія становить 136 000 кубічних метрів. Енергоефективність зросла на 14,3%, зокрема завдяки встановленню LED-освітлення у промислових приміщеннях. Використання пластику зменшилось на 20% (365 тонн на рік) завдяки зменшенню ваги пляшки. Викиди вуглецю (CO₂) зменшились приблизно на 2 мільйони тонн.

Корпорація «Nestle» в Україні дотримується визначених материнською компанією довгострокових цілей зі Створення спільних цінностей, серед яких: правильне харчування за здоровий спосіб життя; сільський розвиток і відповідальне постачання; вода (ефективне та раціональне використання води та поширення даних принципів серед споживачів); стійкий розвиток довкілля; наші люди та дотримання стандартів (захист прав людини на підприємствах, навчання персоналу, уникнення хабарництва тощо). По першому напрямку «Nestle» допомагає дітям України навчитися правильному харчуванню за допомогою загальнонаціональної освітньої програми «Абетка харчування», що поширюється у початкових та середніх навчальних закладах. Компанія також постійно працює над оздоровленням власної продукції та її відповідності Критеріям Дієтичної фундації Nestle, які базуються на міжнародних рекомендаціях у сфері суспільного здоров'я, зокрема Всесвітньої організації здоров'я та Інституту медицини. Зокрема, наразі компанія працює над зменшенням вмісту цукру, солі та жирів.

У травні 2014 року «Nestle» започаткувала в Україні проект «Смачні історії Торчин». Його мета – навчити збалансованому приготуванню їжі вдома та здоровій структурі страви. Також вже цього року компанія планує надавати додаткову інформацію про продукт і дієтологічні рекомендації на упаковці за допомогою кодів для смартфонів (QR).

ВИСНОВКИ

На мою думку, найбільш вдалим та доречним є визначення, яке надає конференція з торгівлі та розвитку, за її визначенням транснаціональні корпорації – це міжнародні підприємства, що об'єднують юридичних осіб будь-яких організаційноправових форм і видів діяльності в двох чи більше країнах і проводять єдину економічну політику та загальну стратегію завдяки одному або декільком центрам прийняття рішень. Центром ТНК є материнська компанія, яка розміщена в країні базування і здійснює централізоване планування, управління та контроль над діяльністю своїх закордонних підрозділів – дочірніх підприємств, асоційованих компаній і філій, що розташовані в приймаючих країнах. Головною метою ТНК є отримання максимального прибутку за рахунок дешевших ресурсів виробництва, доступ до ринків збуту та диверсифікація ризиків за рахунок послаблення залежності від кон'юнктури в певній окремій країні

ТНК харчової промисловості України продовжують розвиватися в умовах пандемії 2020 року.

Після ситуативного падіння виробництва продуктів харчування навесні 2020 року показники галузі почали знижуватися зростання: у липні 2020 року індекс промислового виробництва зріс до 105% р/р за даними Держ.Служби статистики України. При цьому обсяги виробництва найбільш потужних зернових центрів збільшився в натуральному вираженні на 33% за січень-липень 2020 року, а рафінована соняшникова олія – на 27%. Приріст виробництва за деякими позиціями досяг 47-118%: зокрема, у виробництві замороженого м'яса, філе риби сушеного та солоного, картоплі вареної(у т.ч. чіпси), горіхи тощо.

Із загальною виручкою близько 173 млрд грн увійшли 18 підприємств харчової галузі. 200 найкращих компаній України за прибутком у 2019 році. Серед найбільших ТНК та регіональних компаній були: МХП (Миронівський хлібопродукт), «Рошен», «Нестле Україна», «Абінбев Ефес Україна», «Дельта Wilmar Ukraine», «Allseeds Black Sea», «Mondelez Україна»,

«Sandora», «Carlsberg Ukraine», «ОптимусАгро Трейд», «Кока-Кола Беверіджиз Україна», «Девелопмент харчування», «Оболонь», «McDonalds», «PepsiCo» та інші. В основному це підприємства з виробництва рослинної олії, напоїв, кондитерських виробів і продуктів з курки.

На даний момент Nestlé в Україні є безприцедентним лідером у сфері виробництва харчової ніши. Насьогодні компанія просуває на українському ринку продукцію таких торгових марок, як: NESCAFÉ, Nesquik, Coffee-mate, Nuts, KitKat, Lion, Purina, Gerber, „Світоч”, „Торчин” та „Мівіна”, котрі користуються великою популярністю серед українців.

Найбільшими сегментами бізнесу Nestlé в Україні є кулінарія (ТМ „Торчин”), кава та напої (ТМ NESCAFÉ, Coffee-mate), кондитерські вироби (ТМ Nestlé та „Світоч”) та продукти швидкого приготування (ТМ „Мівіна”).

С 1 січня 2022 р. Nestlé планує об'єднати ринки Південно-Східної Європи (South East Market (SEM)). На ринку будуть представлені Україна, Молдова, Румунія, Болгарія, Хорватія, Словенія, Сербія та інші країни Адріатики.

Південно-Східно-Європейський ринок буде демонструвати оборот у майже 900 мільйонів швейцарських франків.

Обсяг продажів на 2020 р. склав 16,2 млрд швейцарських франків, зростання органічне 2,0%, внутрішнє реальне зростання 2,7%; операційний прибуток 16,7%, +100 базисних пунктів.

Компанія PepsiCo є одним з найбільших виробників продукції харчування та напоїв в Україні. Компанія представляє всім відомі бренди, як Sandora, "Сандорік", "Садочок", мінеральна вода "Аква Мінерале"; газовані напої Pepsi®, 7UP®, Mirinda®, чай Lipton Ice Tea®. На ринку продуктів харчування компанія представлена брендами Lay's® та "Хрустеам". На ринку дитячого харчування - брендом "Агуша", а молочної продукції - "Чудо", "Слов'яночка", "Машенька";.

Станом на 2020 рік компанія PepsiCo є безперечним лідером загальним доходом 6564 млн грн., обішовши потужного гравця на ринку напоїв компанію «Кока-Кола Беверіджиз Україна» з доходом у 2730 млн.грн.

Харчова промисловість залишається однією з найпривабливіших для капіталовкладень від іноземних інвесторів.

Незважаючи на коронавірусну кризу, капітальні інвестиції харчової галузі у першому півріччі 2020 р. зросла до 6% капітальних вкладень в економіку України в цілому та до 15,6% в загальні промислові обсяги (проти 5% та 12,5% р/р відповідно).

Так, с кризою 2020 року у зв'язку з пандемією на відмінно впоралась компанія громадського харчування «McDonald's». У 2020 році не дорахувалася 20% відвідувачів, але доставка стала для McDonald's головним каналом зростання під час пандемії. Продажі через McDelivery виросли в 4,5 раза. У 2020-му McDonald's відкрив в Україні 10 ресторанів – удвічі більше, ніж в тому році. Компанія інвестувала в нові заклади \$68 млн, завдяки чому збільшила свою частку ринку на 0,5 процентного пункту, до 14%.

В абсолютних значеннях, приплив інвестицій в основні фонди харчової промисловості цього року зменшився – до грн 9,9 млрд за перші шість місяців. Провідні регіони, які залучили 39% всього капіталу інвестиції в галузь були: Вінницька, Дніпровська області та Київ. Інвестори пояснюють привабливість харчової промисловості відносно високою рентабельністю переробки сільськогосподарської продукції сировини в Україні.

МакДональдз зайняв 75 місце серед 100 найбільших приватних компаній в Україні, прибуток якого склав 644 млн.грн.

За перші три місяці 2020 року капітал підприємств збільшився на 7,1 млн доларів США – 7,7% від доходи для всіх внутрішніх секторів. Наразі іноземні інвестиції становлять близько 3 мільярдів доларів США зосереджені в харчовій промисловості. Найбільші обсяги прямих інвестицій зараз

зосереджено у виробництві рослинних олій, тваринних жирів, напоїв, а також м'яса і м'ясні продукти – 307-399 млн дол.

Зараз у харчовій сфері реалізується близько 50 інвестиційних проектів, більшість з них які планується завершити у 2021 році.

Внутрішній ринок продовольчих товарів забезпечений повністю. Крім того, наявність і надалі забезпечуватиметься виробництвом продовольства та сировини на внутрішньому ринку відповідно до його потреб. Довгострокові перспективи в Українській харчовій промисловості позитивні. Зростання доходів та структурні зміни у споживанні моделі створять більший попит на харчові продукти з вищою доданою вартістю та кращу якість. Однією з цілей харчової промисловості є розширення асортименту та приріст продукції, що припадатиме на частку експорту.

В Україні також успішно реалізується програма «Господар», націлена на розвиток місцевих постачальників сировини. У довгостроковій перспективі програма націлена на зниження обсягу імпортованої сировини та пакувальних матеріалів для виробничих потужностей Nestlé в Україні. На даний момент частка української сировини і пакувальних матеріалів, що використовується фабриками компанії у Львові («Світоч»), на Волині («Волиньхолдінг») та в Харкові («Техноком»), становить 70%. Наразі імпортується лише 30% сировини для виробництва на підприємствах компанії в Україні [5]. Таким чином, можемо побачити, що кожна наведена ТНК здійснює програми відповідно до специфіки діяльності та цінностей компанії. Зменшуючи свій негативний вплив на навколишнє середовище, ТНК запроваджують різноманітні заходи у галузі соціальної відповідальності, тим самим підштовхуючи національний виробників притримуватися концепції сталого розвитку та запроваджувати екологічні та соціальні стандарти в українському бізнесі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шабаліна Л.Д. Аналіз впливу транснаціональних корпорацій на економіку України. Донецьк, 2012. С. 59–63 с.
2. Основні інвестори в Україну. Звіт про прямі іноземні інвестицій в Україну в 2019 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.10.2020).
3. Якубовський С.О. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності. Київ, 2015. 488 с.
4. Транснаціональні корпорації – невлічимі злодії. URL: <http://politcom.org.ua> (дата звернення: 01.10.2020).
5. Карамбович І.М. ТНК у системі світового господарства. Київ, 2008. 36 с.
6. Рокоча В.В. Транснаціональні корпорації. Київ, 2001. 304 с.
7. Державний комітет статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.10.2020)
8. 200 найбільших компаній. Рейтинги – Forbes Україна. URL: <http://forbts.ua/ratings/>. (дата звернення: 01.10.2020).
9. Транснациональная корпорация, ТНК [Електронний ресурс] : за дан. универсальной научно – популярной энциклопедии под. ред. Добровольского А. В. // «Энциклопедия Кругосвет» - 2013. Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/T_RANSNATSIONALNAYA_KORPORATSIYA_TNK.html?page=0,8
10. Рокоча В. Транснаціональні корпорації: навчальний посібник / В.Рокоча, О.Плотніков, В.Новицький та ін. - К.: Таксон, 2001. – 304 с.
11. The influence of TNCs on the economies of developing countries. International business. – NY. : Dryden Press, 2005. – 31 p.
12. World Investment Report 2020 / United Nations Conference of Trade and Development. – Switzerland: United Nations Publication, 2020. – 203 p.

13. Крупнейшие ТНК в мире [Электронный ресурс] / А. Пучков // Slideshare. Режим доступа: <http://www.slideshare.net/AlexeyPuchkov/ss-11875759>

14. Biggest transnational companies [Электронный ресурс]: за дан. Focus // The economist – 2012. Режим доступа: <http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2012/07/focus-1>

15. Самофалов В. Глобальний виклик транснаціональних корпорацій / В. Самофалов // Дзеркало тижня. Україна. – 2019. - №7. – С.14-17

16. The top 100 candy companies in the world [Электронный ресурс] / Carla Zanetos Sally // The Global resource, from manufacturing to retailing. Candy industry – 2020. Режим доступа: <http://www.candyindustry.com/articles/85574-the-top-100-candy-companies-in-the-world>

17. Система управління безпечністю харчових продуктів ISO 22000:2005 (ДСТУ ISO 22000:2007). – [Чинний від 2.04.2007]. – К.: Держспоживстандарт України, 2007.- №72 08.01.2007 (Національний стандарт України)

18. Roshen скоротив прибуток у минулому році [Електронний ресурс] // УНІАН. Економіка -2019. Режим доступа: <http://economics.unian.net/ukr/news/158121-roshen-minulogo-roku-skorotiv-pributok-na-66.html>

19. Официальный сайт ЗАО "Хлеб Киева" [Электронный ресурс]: Режим доступа:<http://www.kyivklib.ua/ua/about/>

20. Кочетков В. М. Розвиток українських ТНК як фактор росту економіки країни. Ефективна економіка. 2013. № 10. С. 55-60.

21. Як знайти інвестиції? // ua.for-ua.com;

22. ТНК і міжнародний бізнес в Україні // enbv.narod.ru.

23. Лаврищев А. Н. Экономическая география СССР. Общая география промышленности, сельского хозяйства и транспорта. Москва : Экономика, 1964. 562 с.

24. Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL : <http://minagro.gov.ua/>.

25. Москалюк М. М. З історії розвитку цукрової промисловості в Україні у другій половині XIX – на початку XX ст. Український історичний журнал. 2008. № 2. С. 75–85.

26. Мостенська Т. Л., Кундєєв Г. О. Харчування як складова продовольчої безпеки. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2016. Т. 22. № 3. С. 113–122.

27. Народне господарство Української РСР в 1966 р. Статистичний щорічник. Київ, 1967. 65 с.

28. Пашнюк Л. О. Харчова промисловість України: стан, тенденції та перспективи розвитку. Економічний часопис – XXI. 2012. № 9-10. С. 60–63.

29. Сезон цукроваріння 2016/17 офіційно розпочато 20 серпня. Національна асоціація цукровиків України. 2017. URL : <http://ukrsugar.com/uk/post/pusk-cukrovih-zavodiv-20162017-mr-onovleno> (дата звернення: 22.08.2020).

30. Сичевський М. П., Юзефович А. Е. Розвиток харчової промисловості: акценти державної політики. Економіка АПК. 2014. № 7 .С. 46–52.

31. Страшинська Л. В. Стратегія розвитку продовольчого ринку в Україні : монографія. Київ : Профі, 2008. 627 с.

32. Туницька Ю.М. Особливості експорту продукції вітчизняної харчової промисловості до ЄС. Економіка та суспільство. 2017. № 11. С. 35–41.

33. Звіт про дослідження «Соціально-економічний вплив Системи Компаній Кока-Кола в Україні» за результатами оцінки GfK Ukraine, 2019
Режим доступу: <https://www.coca-colaukraine.com/content/dam/journey/ua/uk/private/2017/4/CocaCola%20SEIS%02017%20Brochure%20A4%20p.pdf>

34. Nestle в Україні. Створення спільних цінностей – Режим доступу: https://www.nestle.ua/asset_library/documents/socialreport_2015_31.08_screen.pdf
35. Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень-грудень 2020 року: статистичний бюлетень. Державна служба статистики України, 2020. 226 с
36. Сайт об'єднання підприємств хлібопекарної промисловості «Укрхлібпром». URL: <http://ukrhlbprom.org.ua> (дата звернення: 3.12.2020).
37. Филюк Г.М. Проблеми та шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / Галина Михайлівна Филюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. — 2013. — №10. — С. 5—8.
38. Гринько Т.В. Фактори конкурентоспроможності підприємств / Т.В. Гринько // Держава та регіони. — 2004. — № 2. — С. 50—53.
39. Candy Industry's Global Top 100 Candy Companies Lists [Електронний ресурс] // Candy Industry Magazine. — 2020. — Режим доступу: <https://www.candyindustry.com/GlobalTop100CandyCompanies>
40. Nestle Annual Report 2018 [Електронний ресурс]. — 2019. — Режим доступу: <https://www.nestle.com/sites/>
41. Товарна структура зовнішньої торгівлі з країнами ЄС у 2019 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/>
42. Офіційний сайт "Рошен". Фабрики і заводи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.roshen.com/proroshen/fabrykyizavody>
43. Офіційний сайт Coca-Cola HBC Ukraine&Moldova [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.coca-colahellenic.com/ua>.
44. Офіційна медіа-платформа компанії Coca-Cola "Coca-Cola Journey" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.coca-colaukraine.com>.

45. Коли Соса-Соса з'явилася в Україні [Електронний ресурс] // Cocola Journey – Режим доступу до ресурсу: <https://www.cocolaukraine.com/FAQsUkraine/Coca-ColaInUkraine>.

46. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронн 7. Аналіз розвитку світових ТНК:досвід для України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/8.pdf ий ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

47. Официальный сайт "Кернел Групп" [Електроний ресурс]. Режим доступа: <http://wwwus.kernel.ua/rus/about/about.html>

48. Официальный сайт ОАО "Мионовский хлебопродукт" [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.mhp.com.ua>