



УДК 338.43:633.85

JEL Classification: B 41

СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ ТА ПРОДУКТІВ ЙОГО ПЕРЕРОБКИ

Невлад В.Ф., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Анотація. Для визначення розвитку та удосконалення олійно-жирової галузі України доцільним є проведення досліджень щодо функціонування сучасного ринку насіння соняшнику та продуктів його переробки з метою подальшого його удосконалення, темпів розвитку та зміцнення її позицій на світовому ринку.

У статті означено актуальні питання щодо перспектив розвитку сучасного стану ринку соняшникового насіння та продуктів його переробки і пристосування олійно-жирової галузі до сучасних умов, а також недопущення втрат лідируючих позицій України з експорту соняшникової олії на світовому ринку. Зроблено аналіз, систематизацію та узагальнення теоретичних питань щодо виробництва, цінової політики та ринку соняшникової олії.

Всі фактори впливу які притаманні оліє-жировій галузі нашої країни, що характеризують стан ринку насіння соняшнику та продуктів його переробки, на всіх етапах ринкової економіки, необхідно поєднувати з системою вільного ціноутворення та елементами державного регулювання. Такий принцип має використовуватися передусім для забезпечення цінового паритету на продукцію сільського господарства та засоби виробництва, що надходять у цю галузь від промисловості. У державі необхідно мати реальну концепцію цін, яка б відбивала об'єктивні економічні процеси й обмежувала роль суб'єктивних факторів у ціноутворенні. Враховуючи можливість розвитку галузі, ціни на насіння соняшнику мають встановлюватися на ринку під дією закону попиту та пропозиції.

Так як, олійно-жирова промисловість для продовольчої безпеки України має стратегічне значення, регулювання її діяльності та державний контроль повинен бути обов'язковим. Тому, що саме державне регулювання може стимулювати оліє-жирову галузь.

Ключові слова: цінова політика, державне регулювання, соняшникова олія, експорт, імпорт, олійно-жирова галузь, ринок.

STATE AND PECULIARITIES OF SUNFLOWER SEEDS MARKET AND ITS PROCESSING PRODUCTS FUNCTIONING

V. Nevlad, PhD in Economics, associate Professor

Uman National University of Horticulture

Summary. To determine the development and improvement of the oil and fat industry in Ukraine, it is advisable to conduct research on the the modern market for sunflower seeds and products of its processing functioning with a view to further improving it, the pace of development and strengthening its positions in the world market.

The article highlights current issues of the prospects for the development of the current state of the market for the sunflower seeds and products of its processing and adaptation of the fat and oil industry in modern conditions, as well as preventing the loss of Ukraine's leading positions in the export of sunflower oil on the world market. The analysis, systematization and generalization of theoretical questions of production, price policy and market of sunflower oil are made.

All the factors influencing the inherent oil and fat industry of our country, characterizing the state of the market for sunflower seeds and products of its processing, at all stages of the market economy, must be combined with a system of free pricing and elements of state regulation. Such a principle should be used primarily to ensure the price parity for agricultural products and the means of production entering the industry from industry. In the state, it is necessary to have a real price concept that reflects objective economic processes and limits the role of

subjective factors in pricing. Taking into account the possibility of the industry development, the prices for sunflower seeds are to be installed on the market under the law of supply and demand.

Since, the fat and oil industry for Ukraine's food security is under strategic importance, regulation of its activities and state control must be mandatory, as only the state regulation can stimulate the oil and fat industry.

Keywords: price policy, state regulation, sunflower oil, export, import, oil industry, market.

Постановка проблеми. За останні роки одним із привабливих напрямів діяльності всього аграрного бізнесу України стало виробництво та переробка олійного насіння. Всьому цьому сприяли помірні виробничі витрати, високі закупівельні ціни та стабільний попит на дану продукцію [10].

Стабільним джерелом валютних надходжень для України, в мовах ринкової економіки, є олійно-жирова галузь. Тому участь нашої країни на світовому ринку соняшникової олії є досить важливою. Але така ситуація яка склалася в даний час в країні негативно вплинула на економіку всього аграрного сектору в цілому та ринок соняшникової олії зокрема. На основі цього доцільним буде провести дослідження щодо функціонування сучасного стану ринку насіння соняшнику та продуктів його переробки з метою подальшого удосконалення темпів розвитку вітчизняної олійно-жирової галузі та зміцнення її позицій на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку виробництва, формування та функціонування ринку соняшникового насіння та продуктів його переробки в Україні займалися такі вчені, як: Домашенко Ю.В., Маслак О.О., Побережна А.А., Бронін О.В., Занько Т.В., Шпичак О.М., Юрчишин В.В., Карман С.В., Сегеда С.А., Суханов Г.Б. Карпенко А.В., Митченко О.О., Бабенко Л.В., Бронін О.В. Присяжнюк С.В., та інші. Але аналіз стану та розвитку олійно-жирової галузі на сучасному етапі господарювання вимагає більш детального дослідження.

Невирішені складові загальної проблеми. Актуальними є питання щодо перспективи розвитку сучасного стану ринку продуктів переробки соняшникового насіння і пристосування олійно-жирової галузі до сучасних ринкових умов, а також недопущення втрат лідируючої позиції України з експорту соняшникової олії на світовому ринку. Важливим є вплив цінової політики та державного регулювання на виробництво та реалізацію насіння соняшнику та продуктів його переробки.

Формулювання цілей статі. Головною метою роботи є аналіз виробництва, цінової політики, сучасного стану ринку насіння соняшнику та продуктів його переробки в Україні, визначення шляхів пристосування вітчизняних виробників олійно-жирової галузі до сучасних умов з метою збереження України, як світового лідера виробництва та експорту соняшникової олії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними напрямками діяльності АПК України є виробництво олійних культур. Всіма сільськогосподарськими культурами, станом на 2015 рік засіяно 26,7 млн. га. ріллі, з них олійні займають майже 30 % усієї площі. Основою функціонування олійно-жирового підкомплексу України є соняшник, який забезпечує сировинну базу більш ніж на 90%, займає 70% посівної площі та 85% валового збору (рис. 1). Потреби України в насінні соняшника на рік становлять близько 1,5 млн т.

За останні роки спостерігається тенденція до збільшення обсягів виробництва насіння соняшнику. Якщо врожай цієї культури у 2011 році становив 8,7 млн. т, то у 2015-му близько 10,9 млн. т. Всьому цьому сприяло утримання великих масштабів господарювання сільськогосподарських підприємств. Також, існує тенденція, що з кожним наступним роком площі під соняшником розширюються, а також зростає врожайність даної культури.

Але основою виробництва і реалізації, як усієї сільськогосподарської продукції так і насіння соняшнику та продуктів його переробки є ціна. Вигідна ціна для виробника – це та, яка не лише відшкодовує матеріальні витрати підприємства й оплату праці, а й забезпечує певну суму прибутку, що здатна відтворити продуктивність землі та зробити певні накопичення для подальшого розвитку. В умовах переходу до ринкових відносин система цін та правила ціноутворення докорінно змінилися. Фактичний рівень цін на сільськогосподарську продукцію перестав бути постійно затвердженим державним преїскурантом.

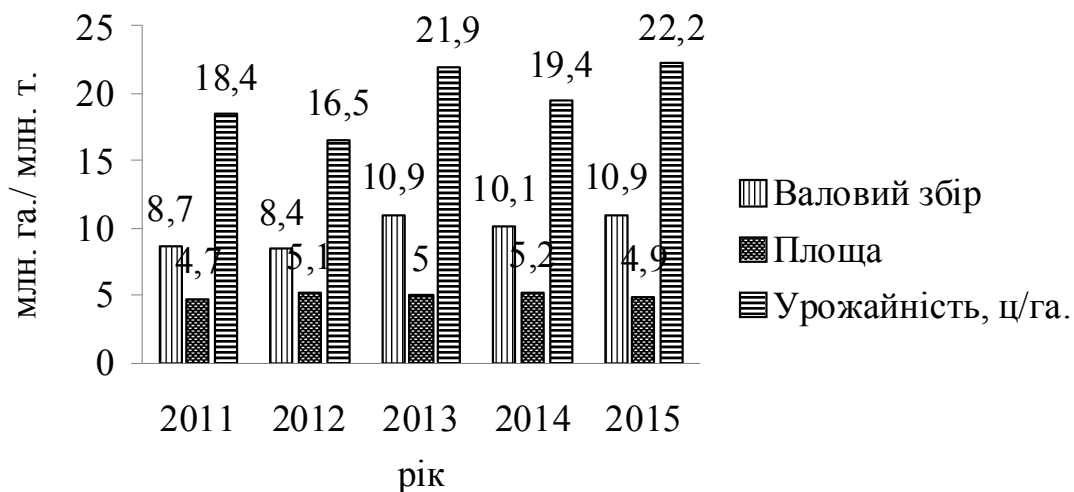


Рисунок 1 – Динаміка виробництва насіння соняшнику в Україні

При цьому була допущена недостатня контрольованість змін та повна некерованість процесом зростання цін на продукцію різних сфер АПК, які посилювалися небувалим прискоренням інфляції. Наслідком стало наростання розриву між темпами підвищення цін на сільськогосподарську продукцію і продукцію промислового походження, тобто нееквівалентність цінового обміну на ринках відповідних товарів, інакше кажучи – створився диспаритет цін [9]. Темпи наростання диспаритету між цінами на промислову продукцію та сільськогосподарську в певній мірі відрізняються в сторону зменшення (табл. 1.).

Таблиця 1 – Співвідношення цін на техніку та насіння соняшнику в Україні

Технічний засіб і марка	Кількість насіння соняшнику, необхідного для придбання одиниці техніки, т.				
	Рік				
	2012	2013	2014	2015	2016
Трактор ХТЗ Т-150	68,42	66,81	81,33	57,08	52,83
Зернозбиральний комбайн Скиф 230А КЗС-9-2-02	215,92	183,19	182,84	282,32	297,28
Автомобіль КамАЗ 65115 АЦПТ-11.5	96,54	82,93	82,77	127,98	134,58
Бензин автомобільний	2,73	2,33	3,50	2,57	2,48
Дизельне пальне	2,61	2,12	3,38	2,16	2,07

У 2016 р., щоб придбати трактор ХТЗ Т-150, необхідно було б продати 52,83т насіння соняшнику, за 1т пального потрібно заплатити майже 2 - 2,5т. насіння. Ціни на насіння соняшнику були і поки що залишаються інструментом забезпечення виробників необхідними засобами для їх розвитку, перекриття збитків від інших галузей чи культур.

Враховуючи фінансово-економічний стан і природні умови, що складаються, найближчим часом не доводиться сподіватися значного зниження собівартості насіння соняшнику. Ціни та цю продукцію коливаються під впливом строків продажу та каналів збуту і залежать від попиту на нього. В період основного продажу на ринку рівень цін на насіння соняшнику значно нижчий, ніж у подальшому періоді, коли відбувається його перепродаж великими підприємствами, які закуповують його з метою перепродажу або експорту. Виробники продукції у такий період реалізують лише незначні обсяги продукції. З вересня по грудень товаровиробники реалізують 80–90% одержаного урожаю насіння соняшнику, відповідно ціни в такий період нижчі на 25–30%, ніж у січні–серпні [6]. Тому, господарями вирощеного урожаю насіння соняшнику стають не виробники, а трейдери, які відправляють його за кордон. Після зміни умов реалізації вони переробляють його в основному на вітчизняних заводах, а за кордон реалізують олію. Це вигідніше, але товаровиробники не мають від цього ніякого зиску [1].

На основі досліджень в економіці та формуванні експортного потенціалу країни, соняшник посідає одне із основних місць, так як від реалізації продуктів переробки цієї культури залежать чималі прибутки. У 2015 році переробні підприємства цього сектору отримали 28148,1 млн. грн. прибутку. Все це зумовлено порівняно високою реалізаційною ціною та чималим рівнем рентабельності вирощування цієї культури та її продуктів на основі мінімальних виробничих витрат, що в свою чергу стимулює значне розширення посівних площ [3].

Щодо цінової політики цієї продукції, то висока відпускна ціна робить олійно-жирову галузь економічно вигідною для народного господарства нашої країни і сприяє підйому її економіки.

Хоча ціна на соняшник і соняшникову олію з кожним роком зростає та це не зменшує попит. Тому одним з пріоритетних і перспективних напрямів розвитку аграрного сектора економіки України є виробництво олійних культур і олієжирової продукції.

На даний час, споживання всіх рослинних олій знаходиться на рівні 13,4 кг на одну особу на рік, або в межах раціональної норми. На внутрішнє продовольче споживання олії соняшnikової, із загального обсягу виробництва, спрямовано 201 тис. тонн, або 4,7 кг в розрахунку на одну особу.

Але, цей показник має сезонні коливання, що залежить від обсягів споживання та загального використання всіх олій за винятком інших потреб внутрішнього ринку. Ввесь обсяг який перевищує середній рівень споживання у вигляді насіння або продукції переробки експортується [2].

Вітчизняне виробництво соняшnikової олії по місяцях 2015 року представлено на рисунку 2

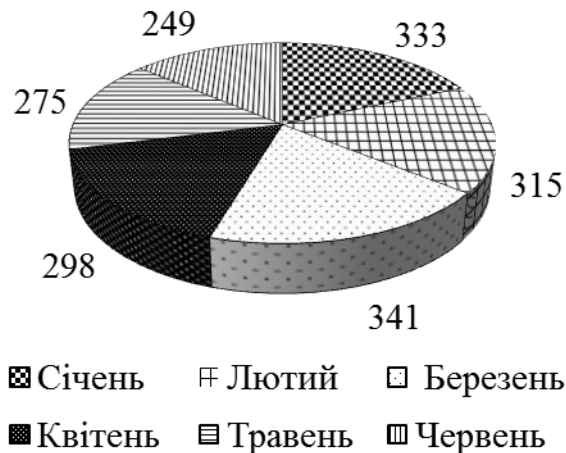


Рисунок 2 – Виробництво соняшnikової олії по місяцях 2015 року, тис. т.

Аналіз рисунку показує що за досліджуваний період 2015 року виробництво олії соняшnikової дещо скоротилося, на що має чималий вплив сезонність переробки насіння соняшника, що стало майже тенденцією. У вересні–грудні 2016/2017 маркетингового року вітчизняними переробними підприємствами вироблено 2002 тис. тонн соняшnikової олії. Ввесь обсяг який перевищує середній рівень споживання у вигляді насіння або продукції переробки експортується (рис. 3).

У 2011/12 МР, в структурі світового експорту її частка перевищила 55%, або 2,7 млн. т. В 2012/13 МР експортовано 3,47 млн. т соняшnikової олії. За нашими дослідженнями, компанії «УкрАгроКонсалт», з 1 вересня 2013 року по 23 червня 2014 року експорт олії соняшnikової склав 3,4 млн. т, тобто на 5% більше, ніж за весь 2012/13 МР. У 2013/14 МР –4,1 млн. т –57,7% у структурі світового експорту соняшnikової олії, у 2015/2016 МР – 3,9 млн. т.

На Близькому Сході користується попитом сира соняшnikова олія. Тому, чималий обсяги Україна поставляє на Південь Європи де однією з провідних країн-покупців виступає Франція, та країни Північної Африки. Соняшnikова олія також експортується і в країни СНД. При цьому олія неочищена від загального експорту склала 90% [4].

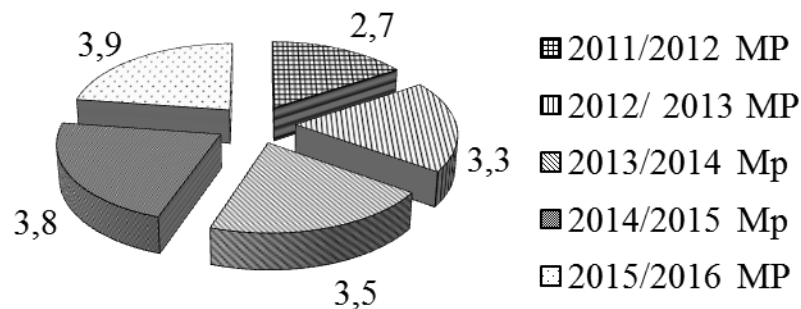


Рисунок 3 – Динаміка експорту олії соняшникової , млн. т.

До четвірки найбільших світових країн-виробників соняшникової олії таких як ЄС, Аргентина, Туреччина та Росія, входить і Україна. Так, як було зазначено вище, вона є головним експортером продукції соняшникового комплексу. Вітчизняні експортери показали, що на зовнішні ринки вони можуть за сезон поставляти майже 3 млн т олії соняшникової, що становить 51,1% всього світового експорту [5]. Більша частина українського експорту олії надходить на ринки Китаю, Індії та Нідерландів. Основними українськими компаніями-експортерами соняшникової олії є компанії «Каргілл», «ОлсідзУкраїна», «Кернел-Трейд», «Сантрейд», ПАТ «Пологівський ОЕЗ», «Миронівський хлібопродукт», Промислова Група «Віойл», ПАТ «Чернівецький ОЖК».

Експорт 2016/2017 маркетинговому році склав 1903 тис. тонн, що перевищує показник вересня–грудня 2015/2016 маркетингового року на 17%. В загальному, у 2016/2017 маркетинговому сезоні виробництво всіх рослинних олій становить 5,8 млн. тонн, в тому числі соняшникової олії – 5,5 млн. тонн. Експорт цього продукту станом на цей період становить – 5,0 млн. тонн, імпорту – 0,2 млн. тонн [7].

Збільшення обсягу експорту соняшникової олії, розширення можливостей її використання для більш глибокої переробки у харчовій та миловарній промисловості - така тенденція матиме місце і в майбутньому.

Щодо імпорту, то у 2015/16 маркетинговому році найбільшим імпортером нерафінованої олії стала Індія. Нею було імпортовано майже 40% від обсягів загального експорту олії з України [10].

Висновок або наукова новизна. Зважаючи на фактори впливу які притаманні олійно-жировій галузі нашої країни, що характеризують стан ринку насіння соняшнику та продуктів його переробки, на всіх етапах ринкової економіки, необхідно поєднувати з системою вільного ціноутворення та елементами державного регулювання. Такий принцип має використовуватися передусім для забезпечення цінового паритету на продукцію сільського господарства та засоби виробництва, що надходять у цю галузь від промисловості. У державі необхідно мати реальну концепцію цін, яка б відбивала об'єктивні економічні процеси й обмежувала роль суб'єктивних факторів у ціноутворенні. Враховуючи можливість розвитку галузі, ціни на насіння соняшнику мають встановлюватися на ринку під дією закону попиту та пропозиції.

Так як, олійно-жирова промисловість для продовольчої безпеки України має стратегічне значення, регулювання її діяльності та державний контроль повинен бути обов'язковим. Тому, що саме державне регулювання може стимулювати олієжирову галузь.

Щодо реформування олієжирової галузі та ринку олійної продукції то основні напрямки розвитку повинні включати: більш досконаліший розвиток та удосконалення цінової політики шляхом поєднання вільного ціноутворення з елементами державного регулювання; розширення зовнішніх ринків збуту через підвищення конкурентоспроможності насіння соняшнику та продуктів його переробки і відповідне формування митної політики в залежності від кон'юнктури світового ринку.

Перелік посилань:

1. Бронін О.В. Удосконалення економічних відносин виробників насіння соняшнику із переробними підприємствами // Вісник аграрної науки. – 2000. – № 2. – С.66–67.

2. Лозовський О.М. Основні тенденції формування експортного потенціалу олійно-жирової галузі України в умовах фінансової нестабільності / О.М. Лозовський // Економічний форум. – 2015. – № 2. – С.95-102.
3. Маслак О. М. Привабливість олійних культур/ О. М. Маслак [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/4125-pryvablyvist-oliinykh-kultur.html>
4. Меліх О. О. Сучасний стан та напрями розвитку ринку соняшникової олії в Україні/О. О. Меліх, Н. В. Пасменко // Економіка харчової промисловості. -2015. - Т.7, № 3. - С.15-20. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2015_7_3_4.
5. Одосій О.В. Ринок олійних культур / О.В. Одосій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pricereview.com.ua/window/ReviewView.html?idReview>.
6. Осташко Т. Оцінка ефективності державного регулювання експорту та експортних цін на ринку зернових та олійних культур в Україні / Т. Осташко, Н. Сеперович, О. Протченко, В. Колісник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amdi.org.ua>.
7. Офіційний сайт асоціації «Укроліяпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukroilprom.org.ua/?q=node/53>.
8. Шпичак О.М. Проблеми реформування ціноутворення АПК України // Вісн. аграр. науки. –1996. – № 7. – С. 69–74.
9. Газета "Агробізнес сьогодні" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: agro-business.com.ua.
10. Жироолійна промисловість України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Жироолійна_промисловість_України#.

Стаття надійшла: 09.02.2017 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Дмитрів І.А.

Рецензент: д.е.н., проф. Мудрак Р.П.. (Уманський національний університет садівництва)



УДК 65.014.12+330.47

JEL Classification: D04, L22, L25, M30

ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ МАРКЕТИНГОВОЇ АГЕНЦІЇ

Рашман Б.Г., аспірант

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

Анотація. Предметом дослідження є сукупність теоретичних та науково-методичні положень з економічної діагностики ефективності формування комплексної організаційної та інформаційної моделі маркетингової агенції. Метою статті є уточнення змісту інструментарію економічної діагностики ефективності формування комплексної організаційної та інформаційної моделі маркетингової агенції. Обґрунтовано тезу, що успішне виконання виробничо-комерційних завдань, що ставляться підприємствами для забезпечення успішного функціонування, значною мірою визначається рівнем організації робіт серед виконавців та якістю забезпечення бізнес-процесів інформацією про стан ринку, що вимагає споживання якісних маркетингових послуг. На засадах методу формалізації розкрито зміст подвійної природи ефективності маркетингової агенції, що дозволило дійти висновку про необхідність комплексного розгляду індивідуальних параметрів ефективності маркетингової агенції та підприємства – замовника маркетингової послуги. Використання структурно-генетичного аналізу і синтезу, орієнтованого на виявлення причинно-наслідкових зв'язків між задіяними ресурсами та результатами виробництва маркетингової послуги при проведенні дослідження, дозволило поглибити уявлення про зміст рішень щодо формування комплексної організаційної та інформаційної моделі маркетингової агенції. З урахуванням принципу системності та структурно-функціонального підходу структурізовано процедуру діагностики комплексної організаційної та інформаційної моделі маркетингової агенції. Виконано систематизацію методів аналізу ефективності організаційної та інформаційної моделі маркетингової агенції, обґрунтовано специфіку їх застосування відповідно до позиції доцільності виконання маркетингової послуги виробником та необхідністю отримання даної послуги реципієнтом.

Практичне значення отриманих результатів полягає у створенні передумов прийняття рішень у сфері виробництва маркетингових послуг, орієнтованих на вибір сценарію формування комплексної організаційної та інформаційної моделі маркетингової агенції на засадах трансформації, інтеграції, модифікації або інновації.

Ключові слова: економічна діагностика, маркетингова агенція, ефективність, ефект, аналіз, комплексна інформаційна та організаційна модель.