

на підставі аналізу результатів моделювання ІІ ППГ, спрямованих на певне підприємство, незалежно від умов зовнішнього середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андраш О. А. Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості туризму України / О. А. Андраш // *Культура народів Причорномор'я*. – 2009. – № 172. – С. 138–141.
2. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент : навч. курс / І. О. Бланк. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2004. – 656 с.
3. Семіколенова С. В. Статистичне оцінювання стану та розвитку готельного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.10 «Статистика» / С. В. Семіколенова. – К., 2008. – 23 с.
4. Строкович Г. В. Вибір стратегії інвестування підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка підприємства та організація виробництва» / Г. В. Строкович. – Х., 1999. – 17 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учебник. – [3-е изд.] / Р. А. Фатхутдинов. – С.Пб. : Питер, 2003. – 347 с.
6. Царев В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций / В. В. Царев. – С.Пб. : Питер, 2004. – 464 с.
7. Гостиничный и туристский бизнес / [под. ред. Чудновского А. Д.]. – М. : ЮРКНИГА, 2005. – 448 с.

УДК 339.17:665

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ОЛІЙНО-ЖИРОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Ю. В. Лучкова

Олійно-жирова галузь чи не єдина галузь економіки України, що протягом останніх років показує стійке зростання, охопила всі сфери економічної діяльності нашої країни, ця галузь не втратила своїх позицій. Тому вивчення особливостей функціонування олійно-жирової галузі, а також у окремоті її підприємств, є досить актуальним.

Серед економічних проблем олійно-жирової галузі акцентовано увагу на таких аспектах, як ефективність розвитку та розміщення комплексу [1], регіональний розвиток підприємств галузі [2, 3], цінові механізми на ринку [4–6], державне регулювання ринку [7], інвестиційна привабливість галузі [8, 9]. Та всебічну увагу слід приділити особливостям внутрішньоекономічних механізмів у галузі, специфіки ринкового середовища з метою формулювання комплексу факторів підвищення ефективності діяльності підприємств.

Метою статті є з'ясування особливостей ринкового механізму досліджуваної галузі, що визначають базові умови роботи підприємств.

Головною особливістю так званого «соняшникового бізнесу» є висока міра інтеграційних процесів горизонтального й вертикального характеру. Головні частки ринку виробництва та експорту соняшникової олії посідають вертикально інтегровані корпорації з іноземними капіталами.

Головними виробниками нерафінованої олії в Україні у сезоні 2009–2010 рр. були (у відсотках) «АТ Каргіл» – 14,7; «Кернел» (Приколотнянський, Вовчанський, Полтавський ОЕЗи, «Кіровоградолія», «Екотранс») – 20,8; Пологівський ОЕЗ – 7,3; Компанія «Бунге-Україна» – 6; «Віолія» – 5; інші – 46,2. Головними експортерами нерафінованої олії в Україні у сезоні 2009/2010 рр. (у %) були «Кернел-Трейд» 23; «АТ Каргіл» 15; «Сантрейд» 8; «Серна» 4;

«Віолія» 3; «АДМ Україна» (Іллічівський ОЖК) 3; інші – 44 %.

Дані процеси є теоретично невідворотними за умови існування технологічного ланцюга вирощування – переробка – продаж, або, якщо говорити про добувні галузі добування – збагачення – виробництво – продаж. І якщо розглядати загально визнані переваги інтеграції [11, с. 148–176], то можна припустити, що вони справджуються і для досліджуваної галузі.

Існують також і негативні сторони вертикальної інтеграції, а саме: відмова від розподілу праці знижує ефективність виробництва, ускладнюється процес управління, поглинання вимагають значних фінансових ресурсів, інтеграція створює бар'єри для входження на ринок, що знижує конкуренцію на ринку. Розглянемо, як вказані переваги та недоліки інтеграційних процесів впливають на роботу досліджуваних підприємств галузі [12].

Спершу визначимо коло економічних суб'єктів на ринку соняшникової олії. Основою для поділу слугуватиме технологічний ланцюг, а саме: виробництво насіння соняшника – переробка насіння (отримання соняшникової олії) – виробництво готової продукції (маргарин, майонез, мило). З огляду на такий розподіл, можна виділити такі групи підприємств: агровиробники, масложирові та олієекстракційні заводи, маргаринові та миловарні заводи [13]. У даному дослідженні береться до уваги лише частина технологічного ланцюга: вирощування насіння соняшника та виробництво соняшникової олії. Але коло підприємств, на нашу думку, слід розширити такими, як елеватори й обслуговуючі транспортні підприємства. І найголовніше, слід вказати на ті організації, що займаються закупівлею насіння соняшника та його перепродажем, а також продажем соняшникової олії через внутрішню торговельну мережу та закордон.

Пропонувати на ринок насіння соняшника мали б сільгоспвиробники, закуповувати насіння можуть безпосередньо олієпереробні підприємства або елеватори для тривалого зберігання, або суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності. Олію соняшникову можуть продавати олієпереробні підприємства або на

експорт, для подальшої переробки, або безпосередньо населенню.

Насправді, на ринку діє група посередників, яка бере участь у кожному етапі руху олійної сировини.

За їх участі відбувається перерозподіл руху олійної сировини і прибутку від її продажу. Найголовніше, що змінюється ціновий механізм на ринку олійної сировини. Існування у багатьох випадках монопольної влади посередників через диктат цін, деформує ціновий механізм, адже створюється своєрідне обмеження для конкуренції між продавцями та покупцями.

Розглянемо детальніше групи економічних суб'єктів на аналізованому ринку. Центральним гравцем на олійному ринку можна вважати олієпереробні підприємства. Саме вони мають формувати ринковий попит на насіння соняшника, і їх конкурентна боротьба визначає рівень споживчих цін на соняшникову олію та на насіння соняшника. Розглянемо реальну ситуацію.

Головна проблема олієпереробних заводів – це придбання сировини. Брак обігових коштів для сезонної закупівлі насіння соняшника, що постійно дорожчало, на фоні суттєвого експортного відтоку сировини не дозволяло заводам завантажувати власні потужності, здійснювати модернізацію виробництва за власні кошти. Виходом для переважної більшості заводів стали інтеграційні процеси з потужними капіталами фінансового та промислового характеру. Найбільш економічно зацікавленими (в умовах обмеження вивозу насіння соняшника за допомогою введення експортного мита, заборони на давальницькі операції з насінням соняшника) в придбанні олієпереробних підприємств стали зерноторговельні компанії з метою експортування соняшникової олії. Інша частина заводів ввійшла як агропромислові дивізіони масштабних промислових корпорацій.

На даному етапі функціонування ринку можна стверджувати, що олієпереробні та олієекстракційні заводи практично втратили свої позиції самостійних гравців на ринку (здатність самостійно закуповувати сировину та продавати продукцію на внутрішній ринок

і на експорт, впливати на рівень цін). Боротьба щодо закупівлі сировини точиться серед фінансово потужних корпорацій – власників олієпереробних підприємств, елеваторів і транспортних компаній.

Головне завдання олієпереробних підприємств – це видача кінцевої якісної за міжнародними стандартами продукції. Даний аспект зводиться до вивчення інвестиційної активності заводів, до оновлення та модернізації виробничих ліній. Але загалом здійснення інвестиційної діяльності олієпереробних заводів не можна розглядати як самостійний елемент, адже вона (інвестиційна діяльність) підпорядковується корпоративній стратегії та тактичним завданням головних власників. У даному випадку даний факт можна віднести до позитивних моментів інтеграції.

За останні роки сплостерігаємо стрімкі темпи нарощування інвестицій на олієпереробних підприємствах (за умовно стійкого рівня рентабельності виробництва олії), що, можливо за рахунок внутрішньокорпоративних фінансових вливань. Таким чином, провідною проблемою управління вертикально інтегрованими олієпереробними підприємствами є, крім організаційних моментів (таких, наприклад, як дієвий управлінський консолідований облік, упровадження системи бюджетування, фінансове планування), формування системи внутрішньокорпоративних розрахунків. Це питання є досить протирічним, адже вартість послуг з переробки, яку сплачує материнська компанія заводу, буде визначати одночасно рівень кінцевої конкурентної ціни соняшникової олії на ринку і міру відтворення основних фондів переробника.

Розглянемо масштабних гравців на ринку – зернових трейдерів і агрохолдинги та результат їх об'єднання – вертикально інтегровані агропромислові компанії.

Спершу вкажемо на зернових трейдерів, що закуповують на вітчизняному ринку насіння соняшника (поряд з іншими зерновими культурами), соняшкову олію та здійснюють експорт. Їх діяльність регулюється ліцензуванням, квотуванням (мито експортне). На основі даних періодичних видань можна зробити висновок про відсутність прозорості

в питаннях регуляторної політики зовнішньоекономічної діяльності зернотрейдерів [15]. Наприклад, у статті йдеться про передчасне закінчення видачі Кабміном квот на експорт зернових без попередження усіх учасників ринку, про створення перепон для отримання необхідних документів для оформлення заявки для отримання квоти. Тобто особливостями регуляторного середовища на ринку олійних культур є відсутність рівноправності всіх учасників ринку, присутні елементи лобіювання інтересів окремих корпорацій, регуляторні процеси не є прозорими.

Головними питаннями даної групи гравців олійного ринку є величина (або скасування, чого вимагають правила СОТ) експортного мита на насіння соняшника, а також спрощення механізму видачі квот на експорт зернових і технічних культур.

Наведемо встановлену послідовність розвитку інтеграційних процесів в олієжировому комплексі. Процеси консолідації вільних фінансових ресурсів з високорентабельних сфер економічної діяльності економіки та виробничих потужностей олієпереробної галузі мають характерні риси. Основними ініціаторами інтеграції у галузі стали компанії-експортери насіння зернових і олійних культур. Передумовами таких явищ стала низка законодавчих актів, які обмежували експорт насіння соняшника (тому експортери переорієнтувалися на соняшкову олію). Придбання контролю за олієпереробними підприємствами історично (можна сказати еволюційно) зумовлений крок руху замикання кола обігу капіталу від торгівлі до виробництва.

Ще одним гравцем на олійному ринку є агрохолдинги – специфічна форма володіння акціонерним капіталом, за якої материнська компанія, володіючи контрольним пакетом акцій інших підприємств, здійснює управління і контроль за їх діяльністю і завдяки цьому об'єднує їх в єдину організаційну структуру з відповідними цілями і місією.

Головними чинниками їх утворення є:

а) сприятлива ринкова кон'юнктура світових і внутрішніх ринків продукції сільського господарства і харчових продуктів;

б) можливість збільшувати прибутки від діяльності за рахунок отримання дешевої сировини через інтеграцію сільського господарства та переробки продукції галузі;

в) низька вартість робочої сили;

г) низька орендна плата за землю;

д) мінімізація податкових платежів;

е) отримання дотацій і субсидій з державного бюджету на розвиток аграрної галузі;

є) можливість акумуляції значних земельних масивів через їх оренду, а в умовах функціонування ринку сільськогосподарської землі, придбання її у власність з можливістю перепродажу;

ж) можливість перепродажу бізнесу, вартість якого з урахуванням усіх вище зазначених чинників, може значно зрости через декілька років.

Прикладом вертикально інтегрованого агрохолдингу може бути найбільша вертикально-інтегрована агропромислова компанія «Кернел» (25 % ринку). Діяльність компанії проводиться за напрямками виробництва експорту, дистрибуції, переваги, зберігання зернових культур та олії.

Обсяги посівних площ під технічними культурами (соняшник, соя, ріпак) не мають перевищувати 10 % загального обсягу посівних площ. Тому вирощування насіння соняшника у агрохолдингу є лише одним із високо-рентабельних напрямів роботи. Поряд із цим посівні площі агрохолдингів зайняті цукровим буряком, зерновими культурами. Поруч з олійним напрямом (закупівля, зберігання, вирощування, переробка, перевалка, експорт, дистрибуція) можуть розвиватися, як наприклад у холдингу «Миронівський хлібопродукт» хлібопекарство, птахівництво (ТМ «Наша ряба»).

Відзначимо, що поділ на агрохолдинги чи зерноторговельні компанії є досить умовним. Кожен інвестор так чи інакше прагне об'єднати весь технологічний ланцюг від вирощування насіння до експорту та дистрибуції олієвмісної продукції, утворюючи так звані вертикально інтегровані агрохолдинги.

Таким чином, економічна боротьба на ринку відбувається серед низки вертикально інтегрованих одиниць. Їх конкурентна сила буде визначатися розміром об'єднання, тобто по-

тужностями з вирощування насіння та переробки, а також здатності забезпечити якість продукції. Конкурентна боротьба на ринку буде за таких умов визначатися не діями безлічі економічно незалежних суб'єктів, а обмеженої групи корпорацій. А це, в свою чергу, впливає на механізми встановлення ринкової реальної ціни, рівня ефективності підприємств кожної з груп олійно-жирового сегмента ринку.

Таким чином, результати дослідження ринкового середовища підприємств олійно-жирового комплексу дозволили зробити ряд висновків.

Головними гравцями на ринку є вертикально-інтегровані агрохолдинги. Вертикальна інтеграція проходила шлях від експортних торговельних підприємств до олієпереробних заводів і агровиробництва з метою контролювання джерел надходження та обігу олієвмісної сировини (насіння соняшника та соняшникова олія).

Перевагами вертикальної інтеграції на досліджуваному ринку безпосередньо для суб'єктів ринку є більша ринкова влада. Конкурентних переваг можна досягти, забезпечивши контроль у структурі вертикально-інтегрованої одиниці всіх стадій виробництва, логістики, експорту та ін. Вертикальна інтеграція на підприємствах галузі дозволяє економити на трансакційних витратах, частково вирішує проблему «подвійної маржиналізації», знімає ризик недозавантаження потужностей з переробки, надає можливість інвестувати у менш рентабельні ланки виробничо-торговельної діяльності, за рахунок масштабності дозволяє брати участь у розподілі квот на експорт продукції.

Однак існує проблема зарегульованості з боку держави, відсутності рівного доступу до більш рентабельних експортних операцій. Бар'єри входження на ринок є високими. Аналіз вказав на деформації ринкових механізмів через послаблення конкуренції. Укрупнення гравців (концентрація) дозволяє їм отримувати часткову монополю владу на окремих сегментах, що негативно впливає на встановлення справедливої ринкової ціни на олієвмісну продукцію.

Встановлено, що олійно-переробні підприємства ввійшовши до вертикально-інтегрованих холдингів, втратили якості самостійних гравців на ринку. Інвестиційна активність ОЄЗ в такому випадку залежить від стратегічних завдань холдингу і буде визначатися системою розрахунків за послуги з переробки насіння соняшника з головною компанією.

ЛІТЕРАТУРА

1. Блакита Г. Критерії та показники оцінки регіональної ефективності розвитку олійно-жирової промисловості / Блакита Г. // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – 2001. – Вип. 4. – С. 85–88.
2. Страшинська Л. Основні тенденції регіонального розвитку підприємств на ринку олії / Страшинська Л. // Регіональна економіка. – 2005. – № 4. – С. 79–85.
3. Благодир Л. М. Визначення перспектив розвитку переробних підприємств олійно-жирової галузі України на основі виробничої функції Кобба-Дугласа / Благодир Л. М., Мороз О. В., Грабовський Б. С. // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 2 (104). – С. 241–251.
4. Карпенко А. В. Цінова ситуація на ринку соняшнику / Карпенко А. В.; редкол.: Д. О. Мельничук (відп. ред.) [та ін.] // Науковий вісник НАУ. – 2001. – Вип. 44. – С. 99–101.
5. Кучеренко С. Ю. Ціновий механізм олійно-жирового підкомплексу України / Кучеренко С. Ю. // Фінанси України. – № 8. – 2005. – С. 54–60.
6. Крисанов Д. Ф. Формування собівартості продукції і прибутків товаровиробників у харчовому ланцюзі / Крисанов Д. Ф., Варченко О. М., Рогоза М. Є. // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 2. – С. 52–70.
7. Гаршин С. І. Державне регулювання ринку олійних культур в Україні / Гаршин С. І. // Вісник НАДУ. – К.: Вид-во НАДУ. – 2004. – № 2. – С. 264–270.
8. Васина Е. Инвестиционная привлекательность масложировой отрасли Украины / Васина Е. // Олійно-жировий комплекс. – 2008. – № 12. – С. 8–10.
9. Яблонский В. Влияние мирового финансового кризиса на инвестиционную привлекательность маложировой отрасли Украины / Яблонский В. // Олійно-жировий комплекс. – 2008. – № 4. – С. 7–11.
10. Украина стала лидером по экспорту подсолнечного масла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delo.ua/biznes/rynki/ukraina-stala-liderom-po-eksportu-masla-144405>. – Название с экрана.
11. Рой Л. В. Анализ отраслевых рынков: учебник / Рой Л. В., Третяк В. П. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 442 с. – (Учебники экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова).
12. Авдашева С. Б. За и против вертикальной интеграции: Теория организации отраслевых рынков: учебник / Авдашева С. Б., Розанова Н. М. – М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998. – 320 с.
13. Паспорт галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukroliya.kiev.ua/passport>. – Назва з екрана.
14. Паспорт галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukroliya.kiev.ua/passport>. – Назва з екрана.
15. Голубева А. Кабмин всыпал по полной / А. Голубева // Комерсантъ. – 2010. – № 197. – С. 29.
16. Кернел: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kernel.ua/rus>. – Назва з екрана.