

Основні тенденції регіонального розвитку підприємств на ринку олії

Лариса Страшинська

Викладені основні тенденції та регіональні особливості функціонування підприємств на ринку олії, проаналізовано його стан протягом 1999-2003 років. На основі аналізу обґрунтовані шляхи ефективного розвитку ринку олії, запропоновано основні заходи у вирішенні нагальних проблем а також визначені стратегічні пріоритети в роботі галузі.

Ключові слова: *ринок олії, олієдобувна промисловість, експортне мито, рівень споживання, диверсифікація експорту, внутрішній попит, коливання цін, зростання потужностей олієжирових підприємств.*

Одним з найважливіших сегментів продовольчого ринку України є ринок олії. Виробництво цього продукту є одним з базових харчових виробництв, оскільки його продукція і безпосередньо реалізується на споживчому ринку, і використовується у виготовленні широкого асортименту хлібобулочних, кондитерських, кулінарних виробів, консервів та інших видів харчової продукції. Насіння соняшнику та олія є практично єдиними вітчизняними харчовими продуктами, які здобули стабільне визнання на світових ринках, а їх експорт - значним каналом надходження валюти для поповнення бюджету та оборотних коштів сільськогосподарських та переробних підприємств. Зокрема, тільки від експорту насіння соняшнику щорічні надходження становлять близько 150-200 млн. дол. США [4].

Теоретичним і практичним аспектам розвитку харчової промисловості в цілому і олієжирової, зокрема, присвячені роботи багатьох вчених-економістів –

П.П.Борщевського, А.Ф.Гончара, Л.В.Дейнеко, А.О.Заїнчковського, Д.Ф.Крисанова, Ю.П.Лебединського, В.Д.Слюсаря, В.Г.Трегобчука, Л.Г.Чернюк та інших. Проте подальше функціонування ринку олії в регіональному розрізі та накопичення проблем в роботі галузі висувають нові актуальні питання, які потребують своєчасного вирішення. Останнім часом вагомі розробки в цьому напрямку було здійснено провідними вітчизняними фахівцями галузі – Л.Зінченко, В.Клімовим, А.Матвієнко, М.Микитиним, В.Осадчуком, В.Січкарем, В.Сорокою, І.Ткаличем, А.Ярмаком та багатьма іншими. Але взаємопов'язані проблеми функціонування ринку олії в сучасних умовах та пріоритетні напрями його перспективного розвитку залишаються поки що поза увагою дослідників, що зумовило доцільність пропонованої статті. Її метою є дослідження особливостей та загальних тенденцій функціонування ринку олії в регіональному аспекті, обґрунтування шляхів його перспективного розвитку та визначення стратегічних пріоритетів в роботі галузі.

Основними олійними культурами, які вирощуються на Україні є соняшник, ріпак яровий та озимий, соя, гірчиця, рицина, кукурудза, рижій, конопля та інші. Найбільша частка в структурі посівних площ та валового збору олійних припадає на соняшник, під яким зайнято понад 90% посівних площ усіх вирощуваних в Україні олійних культур.

Розвиток в Україні виробництва олії є достатньо перспективним напрямком вітчизняного ринку продовольства, що пояснюється пріоритетним і постійним зростанням рівня споживання олії та рослинних жирів населенням планети. З 1981 по 1998 р. світовий попит на жири рослинного походження підвищився на 7,7% і продовжує підвищуватись в останні роки. Дані досліджень свідчать, що рівень споживання олії в світі становить 14,3 кг на людину в рік із щорічним збільшенням за останні 5 років по 0,4 кг на людину [6].

Аналізуючи розвиток ринку олії, слід зазначити, що протягом 1991-1998 років у зв'язку із занепадом олієжирової промисловості, виробництво олії знизилося від 1070,4 тис. тонн у 1990 році до 431 тис. тонн у 1998 році, що не забезпечувало внутрішні споживчі потреби населення держави, тоді як значним експортним товаром залишалось насіння соняшнику. Використання потужностей олійно-

жирових підприємств за цей період складало в середньому – 30%. Морально та технічно спрацьоване обладнання, відсутність обігових коштів та поширення бартерних схем розрахунків ще більше ускладнювало функціонування галузі.

З прийняттям Закону України “Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур” від 10 вересня 1999 року, яким з набуття чинності й до 1 липня 2002 року запроваджувалось експортне мито на насіння соняшнику, льону і рижю в розмірі 23% експортної вартості, ситуація почала істотно змінюватись. У червні 2001 року був прийнятий Закон України “Про внесення змін у деякі Закони України “Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур”, згідно з яким ставка експортного мита знижалась від 23 до 17% на насіння соняшнику, льону і рижю.

Встановлення саме такої ставки експортного мита зумовлене існуючим в Україні податковим законодавством. При продажу соняшнику власники насіння, тобто сільськогосподарські товаровиробники нараховують ПДВ в розмірі 20% ціни реалізації. Цей податок залишається у розпорядженні товаровиробника. Експорт насіння соняшнику дає право його власнику на отримання компенсації з бюджету податку на додану вартість в розмірі 16,67% вартості експортної партії, тобто на отримання додаткової суми, яка в бюджет не надійшла. Якщо ж виробник насіння направляє свою продукцію на переробне підприємство, то він позбавлений додаткової бюджетної доплати.

Саме економічні переваги експорту насіння олійних сприяли сировинній направленості в експорті цієї галузі і призводили до втрати значної частини новоствореної вартості. Тому 17%-ве експортне мито, вирівнюючи економічні умови для поставки сільськогосподарськими товаровиробниками насіння соняшнику на внутрішній ринок та на експорт, сприяло диверсифікації експорту в напрямі збільшення частки агропродовольчих товарів поглибленої переробки.

Експортні обмеження на насіння соняшнику застосовують й інші країни-експортери, захищаючи свої внутрішні ринки, зокрема Аргентина застосовує експортне мито на соняшник в розмірі 23,5%, Росія – на соняшник, рапс та сою в розмірі 20% [6].

Слід зазначити, що 2003 рік став рекордним за останні десять років по виробництву соняшника в Україні. Валовий збір за цей рік збільшився від урожаю 1999 року в 1,5 рази і склав 4248 тис. т. Україна стала світовим лідером у виробництві соняшника, випередивши своїх постійних конкурентів – Росію та Аргентину.

Проте збільшення валового збору забезпечувалося в основному за рахунок збільшення посівних площ під соняшником, а не за рахунок збільшення врожайності цієї культури. Відомо, що особливістю його вирощування як олійної культури полягає в тому, що в процесі вегетації він виносить з ґрунту велику кількість поживних речовин, які обумовлюють його родючість. І хоча й до теперішнього часу остаточно не визначено строки раціональної періодичності вирощування соняшнику на полях України – через 5-6 чи через 8-10 років, в майбутньому вектор вирощування соняшнику буде спрямований в напрямку поступової інтенсифікації його виробництва.

Вітчизняними вченими виведено широкий спектр нових високоврожайних гібридів насіння соняшнику: Харківський 58, Еней, Кий, Красень, Світоч, Огляд та інші, врожайність яких може досягати до 40 ц /га. Проте на теперішній час вирішення проблеми в досягненні рівня врожайності 25 ц /га та його поступове збільшення дасть змогу стабільно забезпечувати потреби вітчизняних олієжирових підприємств і створювати потужний експортний потенціал.

Введення експортного мита, постійне зростання закупівельних цін на насіння соняшнику та збільшення обсягів його виробництва сприяло збільшенню виробництва олії протягом 1999-2003 років майже у 2,3 рази (табл. 1), в 5 разів збільшилось виробництво фасованої олії, при цьому потужності олійних заводів використовувались в середньому на 86% [5].

Таблиця 1.

Динаміка виробництва та експорту насіння соняшнику й олії

Показники	1999	2000	2001	2002	2003	2003 до 1999, %
Виробництво соняшнику, тис. тонн	2794	3457	2251	3271	4248	152,0
Експорт соняшнику, тис. тонн	428	834	583	68	867,5	202,7
Експорт до виробництва, %	16	24	26	2,2	20,4	+4,4
Валютна виручка, млн. дол. США	138,0	196,7	99,9	18,4	211,0	152,9
Експортна ціна соняшнику, дол. США/тонн	322	358	171	270	243	75,4
Середньорічні закупівельні ціни соняшнику, грн./тонн	898	895	1071	1258	1221	136,0
Виробництво олії, тис. тонн	577,3	972,8	934,7	979,7	1336,0	231,4
Експорт олії, тис. тонн	174	582,5	473,2	566,1	924,2	531,1
Експорт олії до виробництва, %	32	62	54	58	69	+37
Валютна виручка, млн. дол. США	105,3	233,0	216,6	334,6	548,2	520,6
Відпускні ціни нерафінованої олії (франко-склад), грн./тонн	2765	2066	2780	3326	3313	119,8
Середня ціна експорту, дол. США/тонн	605,2	400,0	457,7	590,5	593,2	98,0

* Складено та розраховано за даними Держкомстату України та УкрНДІОЖ

Виробництво олії на одну особу у 2003 році склало 27,9 кг, що на 37,4% більше рівня попереднього року, і більше ніж у 2 рази від рівня 1995 року [7]. Внутрішнє споживання олії на одну особу становило 12,3 кг/рік і наблизилось до рівня науково обґрунтованої медико-біологічної норми (13,6 кг/рік) [6].

Відмітною рисою розвитку ринку за останні роки є те, що переробка насіння соняшнику на вітчизняних підприємствах стала основною частиною в структурі його використання. Україна змінила свій статус на ринку в напрямку заміщення експорту сировини експортом продукції більш глибокої переробки.

Аналіз динаміки показників експорту свідчать про значні зрушення в його структурі. Так, за сезон переробки врожаю 2003 року експортовано 924,2 тис. тонн олії, що становило 69% від обсягів її виробництва, в той час як у 1999 році ці показники становили відповідно 174 тис. тонн і 32%. Диверсифікація експорту сприяла збільшенню за зазначений період валютної виручки від реалізації олії більше ніж у 5 разів, тоді як від реалізації насіння соняшнику цей показник збільшився в 1,5 рази.

Об'єктивно експортери насіння мають певні преференції, оскільки експорт насіння здійснюється по більш короткій схемі, ніж експорт олії через переробку насіння, тобто забезпечує більш швидкий обіг коштів. Проте Україна має достатні потужності для переробки всього обсягу вирощеного врожаю і зацікавлена в максимальній його переробці на вітчизняних підприємствах з тим, щоб торгувати не сировиною, а високоякісною готовою продукцією, формуючи додаткову вартість, робочі місця, прибуток, податки та ін.

Головними факторами утворення цін на олію є платоспроможний попит населення, а також компаній-експортерів, вартість сировини і витрати на її переробку. Коливання цін на олію мають сезонний характер: у період збирання врожаю соняшнику (вересень-жовтень) вони знижуються, а у березні-квітні наступного року – підвищуються. Слід зазначити, що останнім часом ціни підтримуються на максимально прийнятному для споживача рівні, разом з тим висока конкуренція між олієдобувними підприємствами на ринку сировини в Україні підтримує високий рівень цін і на неї.

Динаміка показників обсягів виробництва олії в регіональному розрізі свідчить про стабільне нарощування виробництва олії у 2003 році майже по всіх регіонах як по відношенню до попереднього, так і до 1990 року (таблиця 2).

Таблиця 2.

Виробництво олії по регіонах України

(тис. т)

	1990	1995	1999	2000	2001	2002	2003	2003 у % до	
								1990	2002
Україна	1070,4	696,2	577,3	972,8	934,7	979,7	1336,0	124,8	136,4
у тому числі									
Автономна Республіка Крим	13,8	7,7	6,6	5,8	2,4	1,5	1,7	12,3	113,3
Області									
Вінницька	55,4	35,2	19,0	25,2	41,5	38,4	62,0	111,9	161,5
Дніпропетровська	127,1	119,9	93,0	123,2	121,0	128,5	132,4	104,2	103,0
Донецька	112,3	81,6	29,4	159,0	195,2	214,6	291,4	259,5	135,8
Житомирська	0,2	0,5	0,4	0,4	0,5	0,2	0,3	150,0	150,0
Закарпатська	3,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,2	5,9	50,0
Запорізька	259,3	147,3	106,1	190,2	153,4	157,5	234,5	90,4	148,9
Івано-Франківська	2,1	0,4	1,6	1,0	0,2	0,5	0,1	4,8	20,0
Київська	0,9	1,3	1,3	1,5	1,3	0,8	1,2	133,3	150,0
Кіровоградська	97,4	36,1	53,8	103,2	85,7	79,7	109,2	112,1	137,0
Луганська	110,6	36,3	36,0	55,9	47,6	54,2	77,2	69,8	142,4
Львівська	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	150,0	150,0
Миколаївська	6,4	13,5	8,2	7,1	7,3	4,5	4,1	64,1	91,1
Одеська	96,3	54,4	52,1	77,5	50,3	48,5	106,1	110,2	218,8
Полтавська	65,0	46,0	37,3	39,4	49,5	70,8	84,2	129,5	118,9
Рівненська	0,1	0,1	0,1	0,1	0,9	1,5	4,9	4900	326,7
Сумська	1,4	2,7	1,3	1,4	1,1	0,7	0,9	64,3	128,6
Тернопільська	0,5	0,5	0,1	0,1	0,2	0,1	-	-	-
Харківська	76,7	58,3	95,2	130,2	115,1	114,5	134,9	175,9	117,8
Херсонська	8,1	15,7	15,3	26,6	26,7	38,9	44,5	549,4	114,4
Хмельницька	1,5	0,9	0,4	0,7	0,3	0,3	0,2	13,3	66,7
Черкаська	4,9	10,1	6,0	7,4	6,7	4,5	4,4	89,8	97,8
Чернівецька	21,6	22,6	8,7	10,6	22,7	14,8	35,9	166,2	242,6
Чернігівська	5,1	4,4	4,1	5,0	4,2	4,1	5,4	105,9	131,7
М. Київ	-	-	0,6	0,6	0,2	-	-	-	-

* Складено та розраховано за даними: Статистичний щорічник України за 2003 рік. – К.: Консультант. – 2004. – С. 141

Скорочення виробництва спостерігалось лише на підприємствах Закарпатської, Івано-Франківської, Миколаївської, Тернопільської, Хмельницької та Черкаської областей.

Найбільшу питому вагу в структурі виробництва олії займають Донецька (21,8%), Запорізька (17,6%), Харківська (10,1%), Дніпропетровська (9,9%),

Кіровоградська (8,2%) та Одеська (7,9%) області. Це зумовлено концентрацією в цих областях значних потужностей олієжирових підприємств. Адже соняшник вибагливий до кліматичних умов і потребує значної кількості вологи та сонячної енергії в певному співвідношенні в різні періоди вегетації. Зосередження олієдобувних потужностей України саме в південно-східному регіоні обумовлено неефективністю транспортування насіння на великі відстані, оскільки насипна вага його складає тільки 0,45 т/м³. Саме по зазначених областях за останні роки спостерігається значне зростання виробництва олії і перевищення його рівня 1990 року. Високими темпами здійснюється відновлення обсягів виробництва у Вінницькій, Полтавській, Рівненській, Херсонській та Чернівецькій областях.

Проте аналіз основних тенденцій регіонального розвитку підприємств на ринку олії свідчить про те, що відбувається витіснення малого і середнього бізнесу з вітчизняного ринку внаслідок значного посилення конкуренції. Проблема полягає в тому, що на теперішній час здійснювати оновлення матеріально-технічної бази за рахунок власних коштів та отримувати значні іноземні інвестиції можуть достатньо потужні та ефективно працюючі підприємства. Для дрібних і середніх підприємств відсутність фінансових ресурсів та неможливість одержання кредитів утруднює здійснення технічного оновлення та введення нових потужностей.

Останнім часом у модернізацію та нарощування виробничих потужностей дніпропетровського олійно-екстракційного заводу інвестовано понад 12 млн. дол. США. Іноземні інвестори побудували два сучасних олієпереробних заводи у Новій Каховці (потужністю 100 тис. т насіння соняшнику в рік) і в Донецьку (300 тис. т) загальною вартістю будівництва понад 60 млн. дол. [4] Введення в експлуатацію компанією “Євротек” нового обладнання у вересні 2005 р. дозволить збільшити річні потужності: на Вовчанському ОЕЗ – з 135 тис. т до 300 тис. т, на Приколотнянському ОЕЗ – з 155 тис. т до 315 тис. т (обидва у Харківській області).

Таким чином, найближчим часом можна очікувати ситуацію, коли вітчизняний ринок олії будуть контролювати близько півтора десятка потужних компаній, які встановлюватимуть “правила гри” на ринку. Виходом з цієї ситуації може стати

розвиток підприємництва в галузі на основі франчайзингових схем. Ефективність франчайзингу забезпечується передачею великою компанією дрібній фірмі устаткування, технологій, права користування власною торговою маркою, наданням постійної ділової підтримки і професійної допомоги. При цьому компанія розширює ринок збуту своєї продукції, знижує обігові витрати і збільшує обсяг продажу. У свою чергу мале підприємство мінімізує комерційні ризики, особливо на перших етапах своєї діяльності, отримує певні пільги, набуває досвіду роботи на ринку. Взаємовідносини крупних і дрібних фірм регулюються відповідним договором, контрагентами якого є франчайзер – велике підприємство і оператор – мале підприємство.

Загальною проблемою в розвитку олієжирових підприємств всіх регіонів залишається якість вироблюваної олії. В цілому цей показник за результатами проведення незалежної експертизи і контролю якості компанією “СЖС Україна”, лабораторії якої акредитовані Держстандартом України в системі сертифікації УкрСЕПРО та у відповідності з вимогами міжнародних стандартів GAFTA і FOSFA, відповідає контрактним специфікаціям і вимогам більшості країн-експортерів. Проте значною проблемою забезпечення якості нерафінованої олії (“crude sunflower seed oil”), яка в основному експортується за кордон є осад. Так, в кінці експортного сезону при зачищенні берегових резервуарів кількість осаду збільшується. З деяких підприємств олія надходить не достатньо очищеною – з частинами лузги, макухи та великою кількістю осаду. Інша проблема – старий парк залізничних цистерн, трапики в яких часто відсутні, що унеможливорює доступ всередину цистерн. Це призводить до накопичення в них осаду, що теж знижує якість олії.

Крім зазначених проблем на підприємствах олієжирової промисловості накопичились фінансові проблеми, що ускладнюють ефективність її функціонування на ринку. Створення необхідних для переробки запасів сировини, що вирощене в Україні, стримується недосконалістю законодавства по оподаткуванню прибутку, що не враховує рух фінансових потоків у переробних підприємств та заготівельних організацій, діяльність яких пов'язана з сезонною

заготовкою сільськогосподарської продукції. У відповідності до законодавства України збільшення запасів сировини на кінець року (кварталу) у порівнянні з попереднім початком року (кварталу) зараховується на балансовий прибуток та оподатковується податком. По суті своїй збільшення запасів сировини – це додаткові витрати, які несуть підприємства. Ці витрати оподатковуються податком на прибуток із розрахунку, що такий прибуток буде отриманий підприємством в майбутньому, після переробки сировини. Це є безвідсоткове кредитування бюджету суб'єктами підприємницької діяльності. Тому, на нашу думку, розгляд найближчим часом Верховною Радою Проекту Закону України, який враховує специфіку оподаткування сезонно залежних підприємств буде сприяти вирішенню цієї проблеми та підвищенню ефективності роботи підприємств олієжирової галузі на ринку.

Висновки Соняшникова олія, яка характеризується найвищим після насіння соняшнику рівнем порівняльних переваг, є одним із найконкурентніших товарів на світовому ринку. Знайдений останнім часом оптимальний баланс економічних інтересів споживачів олії, виробників насіння соняшнику, підприємств-виробників та держави в цілому у зв'язку із запровадженням експортного мита, підвищення платоспроможного попиту населення, збільшення виробничих потужностей переробних підприємств, сприятлива кон'юнктура ринку та інтенсифікація виробництва насіння соняшнику забезпечить утвердження України на ринку як світового лідера експорту олії глибокої переробки, а вирішення зазначених проблем та послідовна державна політика створить конкурентоспроможне середовище для всієї галузі.

Список використаних джерел

1. Дзюбак О. Конъюнктура украинского рынка масличных культур // Олійножировий комплекс. – 2003. – №3. – С.20-26.
2. Зинченко Л. Кон'юнктура украинского рынка растительных масел // Олійножировий комплекс. – 2003. – №3. – С.26-27.
3. Осадчук В. Ринок продукції олійних культур в Україні // Економіка України. – 2001. – № 9. – С.56-62.
4. Осадчук В. Виробництво та регулювання ринку насіння соняшнику і продуктів його переробки // Економіка України. – 2002. – № 12. – С.72-75.
5. Пластун О. Мировое лидерство // Агрперспектива. – 2003. – №10. – С.46-49.
6. Сорока В. Масличные культуры в агропромышленном комплексе Украины // Олійножировий комплекс. – 2003. – №3. – С.2-5.
7. Статистичний щорічник України за 2003 рік. – К.: Консультант. – 2004. – С.132, 141.
8. Ярмач А. Конкурентоспособность продукции украинского масложирового комплекса на мировых рынках // Олійножировий комплекс. – 2003. – №3. – С.27-30.

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены основные тенденции и региональные особенности функционирования предприятий на рынке подсолнечного масла, проанализировано его состояние в течение 1999-2003 годов. На основании анализа обоснованы пути эффективного развития рынка подсолнечного масла, предложены основные мероприятия в решении первоочередных проблем а также определены стратегические приоритеты в работе отрасли.

Ключевые слова: *рынок подсолнечного масла, масложировая промышленность, экспортные пошлины, уровень потребления, диверсификация экспорта, внутренний спрос, колебания цен, увеличение мощностей масложировых предприятий.*

SUMMARY

Basic tendencies and regional features of functioning of enterprises are considered at the market of sunflower-seed oil, his state is analysed during 1999-2003

years. On the basis of analysis the ways of effective market development of sunflower-seed oil are grounded, basic measures are offered in the decision of primary problems and also strategic priorities are certain in work of industry.

Key words: market of sunflower-seed oil, oil and fat industry, export duties, level of consumption, diversification of export, internal demand, price-waves, increase of powers of oil and fat enterprises.