

Формування і розвиток ринку агропродовольчої продукції України

В. Ф. Невлад, к. е. н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Ринок сільськогосподарської продукції займає особливе місце в структурі економіки України, і є одним із показників ефективності функціонування аграрного сектора в цілому. До тепер залишаються нерозв'язаними завдання, пов'язані зі створенням таких умов реалізації сільськогосподарської продукції, які б забезпечили задоволення інтересів споживачів та продавців даного ринку. Обсяги сільськогосподарської продукції за останні роки постійно знижуються і лише в окремі періоди незначно зростають, що свідчить про неефективність функціонування ринку сільськогосподарської продукції.

До тепер у вітчизняній практиці функціонування аграрного ринку не створено мережі державних та професійних організацій, які б сприяли збалансуванню попиту та пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції через відповідні механізми реалізації продовольчої продукції, гарантували суб'єктами ринку її збут на конкурентній основі та за вигідною ціною.

Тому мета статті полягає у тому, щоб проаналізувати ринок АПК. Дослідження проводилося на прикладі олієжирового комплексу України.

При дослідженні перспектив ринку сільськогосподарської продукції та продукти її переробки, застосовувалися такі наукові методи дослідження, як: економіко - статистичні, табличні, експертні та методи порівняння. Дослідження проводилося на базі статистичних даних аграрного сектора України.

Ринок сільськогосподарської продукції функціонує в умовах слаборозвинутої ринкової інфраструктури, неефективних заходів державного регулювання розвитку агропромислового комплексу, низького матеріально-технічного та інформаційного забезпечення.

Економічні відносини, що склалися на ринку агропромислової продукції, у своєму становленні зазнали численних трансформацій. Рушійним важелем їх розвитку виступали все більше зростаючі вимоги суспільства. Щоразу, коли сформовані умови не могли задовольнити існуючих потреб, виникала необхідність пошуку більш досконалих механізмів функціонування економічної системи. Прагнення побудови оптимальних економічних відносин АПК, як і інших сфер діяльності, послужило поштовхом до становлення вільних ринкових економічних відносин. Паралельно із трансформацією економічних реалій відбувалися процеси формування нового типу споживачів із відповідними потребами, що відбивають динамічні умови оточуючого середовища.

Сформувався новий сегмент споживачів, що бажають купувати якісну, хоча і відносно дорожчу продукцію, вироблену за допомогою органічних методів господарювання.

Таким чином, виробництво продукції, в тому числі і агропродовольчої, являє собою основу задоволення потреб людини. Однак на різних етапах розвитку суспільства переважає конкретний спосіб задоволення потреб, залежно від чого економісти виділяють два типи організації суспільного виробництва: натуральне і товарне.

Типовою формою натурального виробництва є багатогалузеве особисте господарство селян, яке практично не пов'язане з ринком або ж пов'язане епізодично. Сучасною формою товарного виробництва, що притаманна високорозвинутим країнам, вважається ринкове господарство.

Економічна ефективність виробництва це в свою чергу, одержання запланованого обсягу продукції за найменших витрат на ресурси. В умовах ринкової економіки продукт розподіляється між споживачами залежно від можливості і бажання заплатити за нього ціну, що склалася в даний момент на ринку¹.

¹ Гальчинський А.С. Інноваційна стратегія українських реформ / А.С. Гальчинський, В.М. Гасць, А.К. Кінах, В.П. Семиноженко. – К.: Т-во “Знання” України. – 2002. – 336 с.

Конкурентна ринкова система спрямовує ресурси у виробництво тих товарів і послуг, в яких суспільство має невідкладну потребу. Вона диктує застосування найефективніших методів комбінування ресурсів для виробництва і сприяє розробці та впровадженню нових, ефективніших технологій виробництва. Тобто “невидима рука” ринку керує особистою вигодою і забезпечує суспільство виробництвом найбільшої кількості необхідних товарів та наявних ресурсів.

Під дією ринкового механізму здійснюється регулювання між виробництвом засобів виробництва і виробництвом товарів споживання. Виробництвом займаються підприємства, які можуть і бажають застосовувати найефективніші технології виробництва, що залежить від комбінування ресурсів для випуску бажаної продукції та цін на них.

Важливу роль у визначенні видів і кількості виготовлених товарів відіграє споживчий попит. Споживачі не підвладні урядовим обмеженням і витрачають свої кошти на ті товари, які їм потрібні і які вони здатні купити.

В умовах ринкової економіки виробники сільськогосподарської продукції, як і її переробники, не зовсім “вільні” у виборі товару, який вони передбачають виготовляти. Попит на різні види товарів різний: один вид товару – прибутковий, інший – збитковий. Таким чином, вільний вибір підприємством товару для виробництва обмежується споживчим попитом на цей товар. Отже, підприємства, а особливо це стосується переробних підприємств, повинні узгоджувати свій вибір продукту з вибором споживачів, інакше вони матимуть збитки. Викладене стосується і постачальників ресурсів, хоча попит на ресурси є похідним від попиту на товари та послуги.²

В Україні потужно розвинена галузь виробництва жирів та олій, причому більша частина виробничих потужностей розташована у південно-східних регіонах. Унікальні природно-кліматичні умови нашої країни дозволяють

² Коваленко Ю.С. Аграрний ринок України: організація та управління / Ю.С. Коваленко. Підприємництво, господарство і право – К.: ІАЕ, 2008. – 108 с.

виросити соняшник практично на всій її території (окрім Волинської, Львівської та Рівненської областей). Найбільш сприятливі землі степової зони, оскільки соняшник потребує певної кількості сонячних днів протягом року, для того, щоб відбувся ферментативний процес утворення олії в насінні. У дощове літо в насінні соняшнику збільшується вміст крохмалю. Найбільші посівні площі в Україні займають гібриди “Одеський-122”, -123, -128, -249, -504. Олійність харківських сортів складає 52-55%, одеських і запорізьких – 50-52%³.

Як виробник насіння соняшника Україна посідає 3-4 місце у світі після Аргентини, Росії та країн ЄС і забезпечує 7-12% світового виробництва насіння соняшника (рисунок 1).

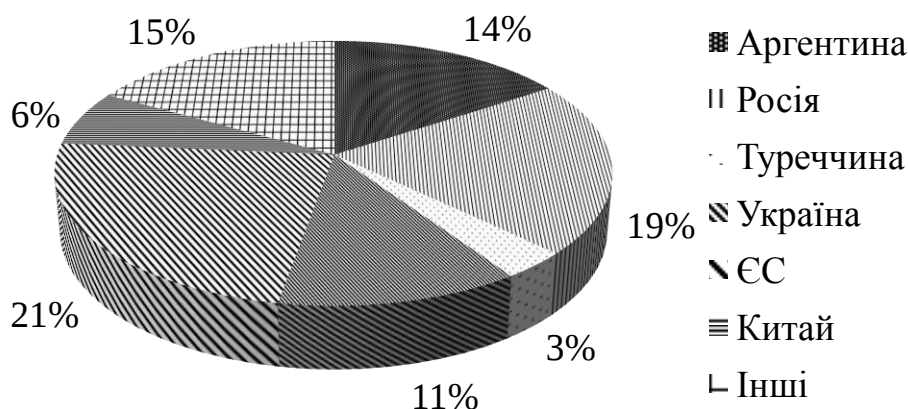


Рис. 1. Структура світового виробництва насіння соняшнику у 2012-2013 МР⁴

Але в 2013 році, зменшення обсягів виробництва вплинуло на зниження активності світової торгівлі. Обсяг сезонного експорту соняшнику становить 1,6 млн т, що на 15% менше минулого року. Загалом частка зовнішнього продажу соняшнику відносно внутрішнього споживання становить до 5%, що пояснюється задоволенням потреб світових споживачів не сировиною, а олією

³ <http://www.agroua.net/> – «Аграрний сектор економіки».

⁴ agro-business.com.ua.

та шротом. У структурі світового експорту соняшнику найбільшу частку займають країни ЄС, що забезпечують третину зовнішнього продажу.

Насіння соняшника залишається одним з найбільш ліквідних та рентабельних продуктів на внутрішньому ринку. Обсяги його виробництва повністю задовольняють попит.

Загальний попит на олію соняшникову формується за рахунок внутрішнього споживання та експорту. Імпортується олія в незначних обсягах. Олієжирове виробництво є одним із багатьох, продукція якого не тільки реалізується на споживчому ринку, а й залишається невід'ємним компонентом хлібобулочних, кондитерських, кулінарних виробів, консервів та інших товарів харчової промисловості. Воно також тісно пов'язане з миловарінням. Зростання обсягів виробництва олії забезпечило одержання широкого спектру супутніх видів продукції олійножирової промисловості.

Загальною тенденцією на ринку олії є збільшення обсягів її виробництва. У 2012 році в Україні вироблено 1,6 мільйона тон олії. У січні-лютому 2013 року в Україні вироблено 364 тисячі тон соняшnikової олії, це на 9,4% більше ніж протягом такого ж періоду 2012 року. Внутрішнє споживання соняшnikової олії, за оцінками, складає 500-600 тисяч тон на рік. Це означає, що 60 - 70% виробленої продукції експортується. Загалом, попит на харчову олію визначається внутрішнім споживанням та експортом. Обсяг імпортованої харчової олії, за досліджуваний період, незначний. Попит на соняшnikову олії є стабільним, як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Оскільки Україна є одним із провідних виробників олії, то на ринку функціонує значна кількість підприємств-виробників де присутні 10 великих компаній, які контролюють близько 70% ринку. Взагалі конкуренцію на ринку олії можна охарактеризувати як жорстку, адже провідні гравці прагнуть закріпити своє положення за рахунок збільшення виробничих потужностей та поглинання більш дрібних гравців, що посилює боротьбу за сировину в галузі. В даній галузі здійснюється консолідація бізнесу, що в кінцевому рахунку може призвести до зменшення кількості компаній, які діють в даній галузі.

Наприклад, за лідерство на ринку змагаються 2 потужні компанії – “Кернел-Трейд” (“Щедрий дар”, “Чумак”, “Стожар”, “Любонька”, “Орія”) та Bunge (“Олейна”, “Розумниця”, “Золота краплинка”). До десятки найбільших компаній відноситься “Укролія” (“Диканька”, “Диканський хуторок”, “Маслинка”, “Garna”), “Пологовський МЕЗ” (“Славія”) та “Віктор і К” (“Королівський смак”). Потужну конкуренцію маркам виробників складають власні марки торговельних мереж (так звані “private label”). До них відносяться такі марки як “Премія”, “Фуршет”, “Добрий кухар”, “Bon Vie”, “Eurogroup”, “Сімка”, “Natura Verde”, “Aro” та інші. Частка цих марок зростає постійно. Власні марки займали у 2010 р. 10% ринку, а тепер вони займають близько 20%.

Враховуючи ситуацію на світовому ринку, на початку сезону 2012/2013 рр. різкого зниження закупівельних цін на насіння соняшнику не відбулося, як це відбулось на початку 2010/2012 рр. За даними УкрАгроКонсалту ціна на соняшник станом на 30.01.11 становила 3000 грн./т проти 1650 грн./т у відповідному періоді минулого року, на олію – 6900 грн./т проти 5200 грн./т. На споживчому ринку відбулося незначне підвищення цін на олію, індекс споживчих цін на олію у грудні 2012 року склав 101,7%. Ціна олії соняшникової у грудні за даними Держкомстату склала 13,86 грн. за літр. За даними Держцінінспекції ціна на олію соняшникову станом на 30 січня 2013 року становила 14,72 грн. за літр, а на 27 червня 2013 року – 15,03 грн. за літр. Експорт олії у 2013 році збільшився порівняно з 2012 роком на 100 тис.т, що склало 2,7 млн.т.⁵

Але, пропозиція олії, яка збільшується чималими темпами, може спричинити здешевлення продукту, однак світове споживання олії також зросло майже на 1 млн.т до 11,9 млн.т. Крім того, дешевшати соняшниковій олії не дозволяє загальний світовий тренд з подорожчання олій, використовуваних для виробництва біопалива (ріпакової, соєвої), хоча соняшник не має жодного відношення до цього виду бізнесу.

⁵ <http://www.ukroilprom.org.ua/> –Офіційний сайт асоціації «Укроліяпром»

Також, за досліджуваний період, спостерігається тенденція реагування ціни пропозиції соняшникової олії на зниження ціни попиту на соняшник від переробників. Це можна пояснити орієнтуванням переробників на світові ціни на соняшкову олію, оскільки близько 94% експортується, й тому в разі зниження котирувань у світі на олію змушує українських переробників знижувати закупівельні ціни на соняшник для отримання прибутку з олії, яка буде перероблена та направлена на експорт (рисунок 2).

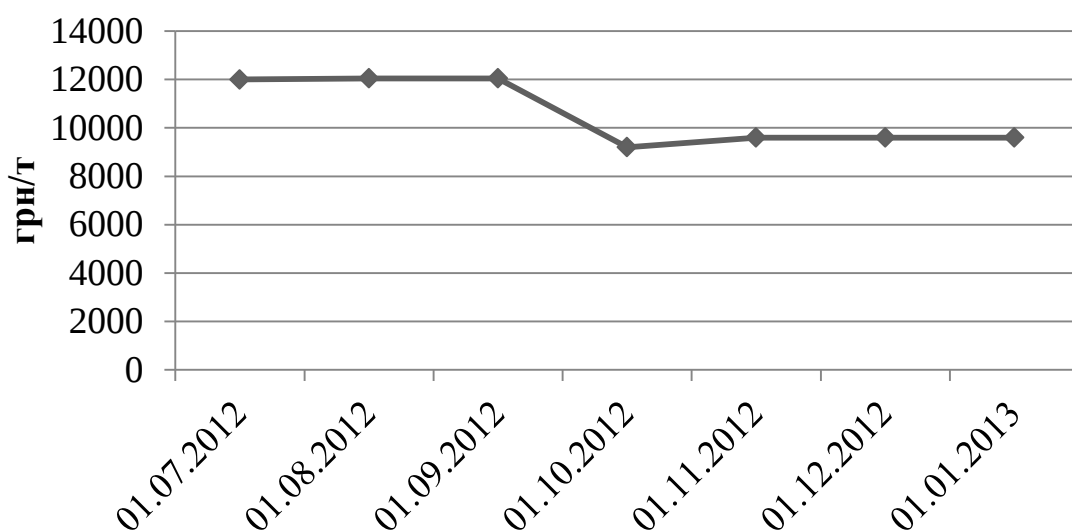


Рис. 2. Ціна попиту на соняшкову олію в Україні, по місяцях, грн/т

Отже, ціна на продукт у 2013 році стабілізувалася у порівнянні з ціною наприкінці листопада 2012 року. Причинами цьому, на нашу думку стало:

- накопичення експортерами виробництва та запасів олії на реалізацію;
- очікування зростання цін на світовому ринку олії та соняшнику;
- очікування стабілізації ціни на соняшник.
- зниження попиту від країн-імпортерів на українську олію;
- зростання пропозиції на олію від Аргентини, де наявний задовільний об'єм соняшнику та олії;
- зниження попиту від українських переробників та експортерів;
- зниження ціни на європейському ринку соняшникової олії;
- зчікування зниження світових цін на сою та нафтопродукти.

Враховуючи наявність задовільних запасів соняшнику (у переробників та продавців) та олії та очікування чималого об'єму виробництва соняшнику у 2012/13 МР, збільшилась вірогідність подальшого зниження ціни.

Знизилися ціни на європейському ринку олії, що зменшило попит від українських експортерів олії й відповідно зменшило вірогідність подальшого зростання ціни.

Згідно із нашими дослідженнями, попит на сільськогосподарську продукцію та продукти її переробки, як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку має зростати, що зумовлює підвищення світових цін на неї.

З огляду на викладене можна було б зробити висновок про підвищення доходів в аграрному секторі економіки. Однак насправді цього не відбувається з ряду причин. По-перше, сільське господарство пов'язано з використанням обмежених ресурсів. А це означає збільшення виробничих витрат сільськогосподарських підприємств з нарощуванням пропозиції своєї продукції. Через те, що виробничі ресурси обмежені, зростання попиту на них однозначно зумовлює зростання цін на них. Більше того, в умовах нарощування використання певних видів ресурсів при фіксації інших видів починає спрацьовувати закон зниження віддачі ресурсів, а це означає зростання собівартості сільськогосподарської продукції. У такій ситуації доходи аграрних підприємств мають тенденцію до зниження.

Отже, відносно зниження пропозиції агропродовольчої продукції на світовому ринку та підвищення попиту на неї впливають на зростання цін на продукцію сільського господарства.