

ПІДПРИЄМНИЦТВО, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГАЛУЗЕЙ АПК, ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ

УДК 338.439.5:633.854.78

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА СВІТОВОГО РИНКУ СОНЯШНИКА Й СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ

М.І.ГУБА – к.е.н., доцент,

Ю.Є.КИРИЛОВ – к.е.н., Херсонський ДАУ

Постановка проблеми. Аграрний сектор України є важливою складовою економіки нашої держави та одним із пріоритетних напрямів її подальшого розвитку в світлі входження у світовий економічний простір. Актуальним залишається питання можливості завоювання Україною окремих сегментів світового ринку шляхом використання потенціалу аграрного сектору та його конкурентних переваг. Серед перспективних ринків сільськогосподарської продукції для вітчизняних товаровиробників залишається світовий ринок соняшника й продукції його переробки.

Стан вивчення проблеми. Питанням розвитку ринку соняшника та продукції його переробки в системі світового господарства присвячені публікації Власова В.І., Кваші С.М., Саблука П.Т. та ін. Наукове і практичне значення досліджень у цьому напрямі обумовлено тим, що сільськогосподарська сировина займає значне місце у формуванні експортного потенціалу України.

Метою даної статті є узагальнення результатів дослідження сучасного стану вітчизняного та світового ринку соняшника, визначення основних тенденцій розвитку цього ринку та обґрунтування пропозицій щодо перспектив функціонування України в його межах з урахуванням сучасних інтеграційних процесів.

Результати досліджень. Основною тенденцією у виробництві насіння соняшнику за роки незалежності України є збільшення посівних площ під цією культурою. Так, у 2006 році посівних площ під соняшником стало в 4 рази більше, ніж у 1990 році (1990 р. – 1587 тис. га, 2000 р. – 2834 тис. га, 2006 р. – 6530 тис. га), тоді як виробництво насіння збільшилося за даний період лише на 83%.

Протягом останніх років вдалося стабілізувати обсяги виробництва даної культури, що забезпечує збереження Україною гідної позиції у когорті лідерів на світовому ринку соняшника (табл. 1).

Основними світовими виробниками соняшника є Росія, де в середньому його збирають до 4,80 млн. т. щороку, країни ЄС – близько 4,10, Аргентина – 3,35-3,65, Україна – 3,50-4,40 млн. т.

За інформацією щотижневика „Oil World”, завдяки високим урожаям соняшника в Росії, на Україні і в США світове виробництво цієї

культури в 2005-2006 роках досягло рекордного рівня в 28,85 млн. т, що на 2,7 млн. т вище рівня минулого маркетингового року [1].

Таблиця 1 – Світове виробництво соняшника [2]

Регіон	Валовий збір, млн. тонн				
	2001/ 2002 р.	2002/ 2003 р.	2003/ 2004 р.	2004/ 2005 р.	2005/ 2006 р.**
Виробництво, всього	21,31	23,86	26,93	26,18	28,85
ЄС – 25	3,84*	3,72*	4,08	4,14	3,69
Росія	2,69	3,68	4,87	4,80	5,50
Україна	2,25	3,51	4,48	3,20	4,40
ЮАР	0,93	0,64	0,65	0,66	0,80
США	1,55	1,11	1,21	0,93	1,76
Аргентина	3,73	3,35	2,99	3,65	3,90
Турція	0,53	0,83	0,56	0,64	0,76

* Тільки ЄС – 15.

** Прогноз

Починаючи з 2001-2002 маркетингового року зменшуються світові запаси соняшнику у всьому світі (табл.2).

Таблиця 2 – Світові запаси соняшника [2]

Рік	Запаси соняшника, млн. т
2001/02 р.	2,10
2002/03 р.	1,77
2003/04 р.	1,79
2004/05 р.	1,60
2005/06 р.*	1,50

* – Прогноз

Рентабельність виробництва соняшника вітчизняними сільсько-господарськими підприємствами знизилась з 64,3% у 2003 р. до 47% у 2005 р., головним чином, за рахунок зниження урожайності та відповідно зростання собівартості.

За період з 1996 по 2002 рік витрати на 1 га соняшнику зросли в 3,2 раза. У 1996 році ці витрати становили 164 грн./га; у 1998 – вже 236; у 2000 – 382; у 2001 – 433; у 2002 році – 534 грн./га при нижчій урожайності. Собівартість виробництва соняшника у 2004 році склала 798 грн/т. У 2005 році, через підвищення цін на матеріально-технічні ресурси, витрати на один гектар посівів зросли, порівняно з попереднім роком, на 20% (до 857,2 грн./га). Але, через значне підвищення урожайності (на 44%) собівартість виробництва соняшника у 2005 році знизилась, порівняно з попереднім роком, на 16% і склала 670 грн./т.

Ціни реалізації насіння соняшнику в основному зумовлюються співвідношенням пропозиції та попиту на нього і коливаються зале-

жно від строків продажу. На кінець року на внутрішньому ринку насіння соняшнику спостерігається сезонне зниження цін. Період масової реалізації насіння сільськогосподарськими підприємствами припадає на вересень-грудень.

За грудень 2005 року сільськогосподарськими товаровиробниками було реалізовано 397 тис. т насіння, що на 54 тис. т більше у порівнянні з груднем 2004 року. При цьому середня ціна реалізації становила – 891 грн./т, що на 21,1% або 238 грн./т менше, ніж у грудні 2004 року. У той же час, у порівнянні з груднем 2003 року середня ціна реалізації соняшника була вищою – на 1,7% або 15 грн./т. У 2006 році середня ціна реалізації становила близько 1100 грн./т.

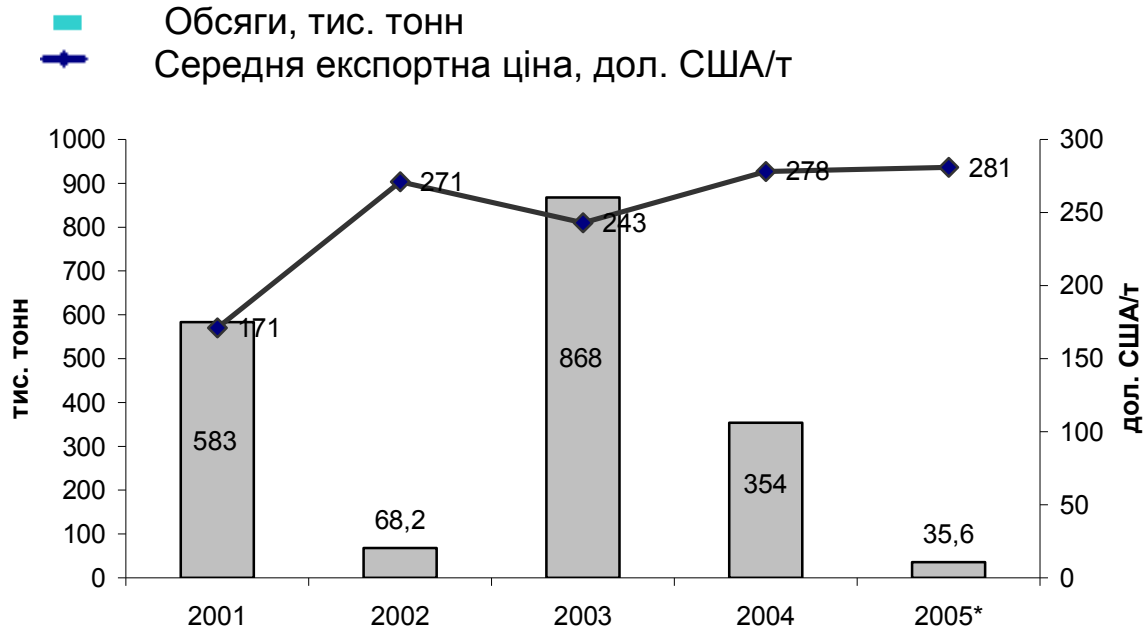
На ринку насіння соняшнику та соняшникової олії основним чинником (крім світової кон'юнктури та рівня купівельної спроможності), який суттєво впливає на процес ціноутворення є застосування, починаючи з 1999 року, експортного мита у розмірі 23% від митної вартості, а з 2001 року – у розмірі 17% (Закон України “Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур”). Ця ставка експортного мита буде діяти до набуття Україною повноправного членства у Світовій організації торгівлі. Після вступу до СОТ буде діяти Закон України “Про внесення змін до Закону України “Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур”” №2773-IV від 7 липня 2005 року, яким затверджено ставки вивізного (експортного) мита на насіння льону, соняшнику у розмірі 16% митної вартості товару. Згідно цього закону (також при умові вступу до СОТ), починаючи з 1 січня 2007 року, ставка вивізного (експортного) мита на насіння вказаних олійних культур щороку буде зменшуватися на 1 відсотковий пункт до значення 10%. Члени України Робочої групи по приєднанню України до Світової організації торгівлі неодноразово висловлювали думку, що експортні мита суттєво викривляють товарні потоки сільськогосподарської продукції. З метою урегулювання цього питання на переговорах щодо вступу України до СОТ, Уряд України прийняв рішення щодо поступового скорочення ставок експортного мита [2, с.3].

Стійкий експортно-імпортний ринок соняшника в Україні ще не сформувався. Відсутні надійні, відносно постійні партнери, не визначені чіткі канали збуту. Починаючи з другої половини 90-х років через брак досвіду просування своєї продукції в нових ринкових умовах товаровиробники із труднощами пристосовувались до роботи, відтак змушені були звертатися до послуг посередників.

Після прийняття в 1999 році Закону України “Про ставки вивізного мита на насіння деяких видів олійних культур”, відбулися значні зміни в напрямках використання насіння соняшнику. З того часу обсяги реалізації соняшника на переробку вітчизняними підприємствами зросли, а обсяги його експорту зменшилися. Цьому, крім експортного мита, сприяло зростання ціни реалізації соняшника. Так, якщо се-

редні ціни реалізації насіння соняшнику сільськогосподарськими підприємствами в 1998 році становили 321 грн./т, то в 2004 році вони зросли у 3,6 рази, а у 2005 році – у 3,1 рази (до 981,7 грн./т).

Якщо у 1998 році з країни експортувалося 1009 тис. т насіння, то у 2002 році – 68,2 тис. т. У 2003 році, у зв'язку із значними обсягами виробництва, експорт соняшника склав 868 тис. т, але це суттєво не вплинуло на забезпечення попиту внутрішнього ринку. У 2004 році експорт скоротився до 354 тис. т, а за 2005 рік він становив лише 35,6 тис. т (рис. 1).



* попередні дані

Рисунок 1. Обсяги експорту Україною насіння соняшнику та середні експортні ціни на нього у 2001 – 2005 рр.

Джерело: Держкомстат України, Державна митна служба України

У 2005 році, порівняно з минулим роком, дещо змінилася географія експорту насіння соняшнику та соняшникової олії. Так, за вказаний період значно збільшилась частка експорту з України соняшника до країн ЄС (головним чином, Іспанія та Угорщина) – з 48% до 92%. Суттєво зменшилась частка експорту до країн Азії – з 25% до 1% та до країн СНД – з 14% до 4% (рис. 2). Географія експорту насіння соняшнику у 2005 році представлена 28 країнами світу.

У зв'язку з різким збільшенням посівів соняшника виріс попит на насіннєвий матеріал. Невідповідність попиту та пропозиції насіннєвого матеріалу призвела до дефіциту насіння окремих сортів соняшника на внутрішньому ринку. Це обумовило активне ввезення в Україну насіннєвого матеріалу соняшника іноземними компаніями.

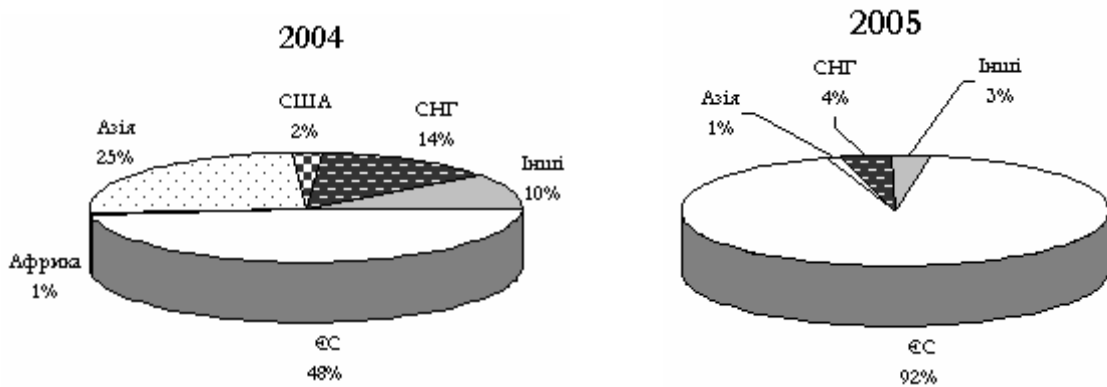


Рисунок 2. Географічна структура експорту насіння соняшнику з України за 2004 та 2005 рр.

Недивлячись на те, що до 1998 року імпорту насіння соняшнику характеризувався нестабільністю, яка була зумовлена перехідними залишками насінневої продукції на складах іноземних компаній за попередні роки, обсяги вивозу були досить значними – 12570,8 ц в 1996 році та 15879,9 ц у 1998 році (рис. 3).

■ Обсяги, ц
 ◆ Середня імпортерна ціна, дол. США/ц

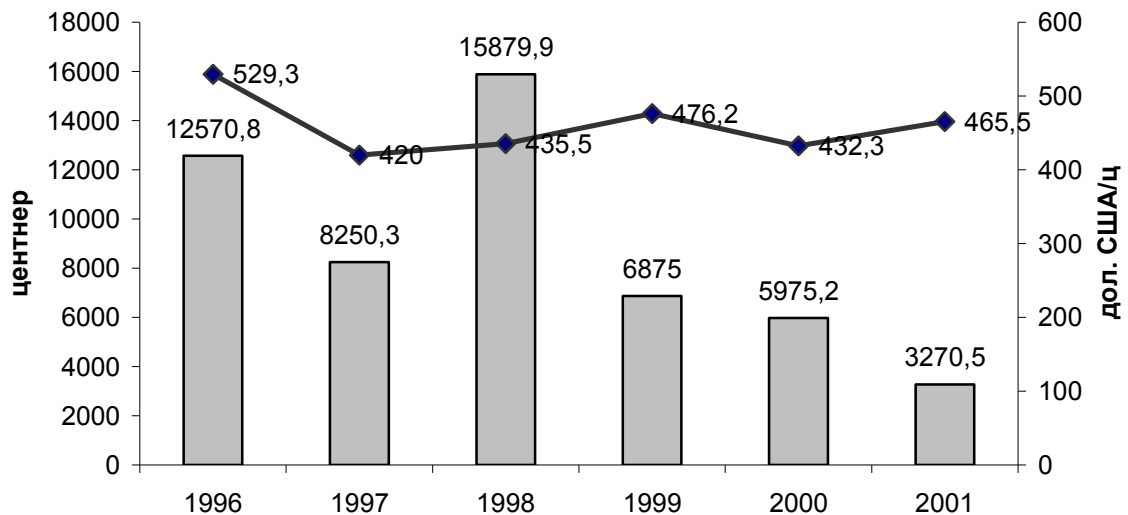


Рисунок 3. Обсяги імпорту в Україну насіння соняшнику та середні імпортні ціни на нього у 1996 – 2001 рр.

Джерело: Держкомстат України, Державна митна служба України

Із метою захисту національних товаровиробників від конкуренції зі сторони іноземних країн 22 грудня 1998 року був прийнятий Закон України „Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту” та ряд інших законів. Разом з тим, рішенням Кабінету Мініст-

рів від 27 липня 1998 року дія постанови „Про перелік товарів критичного імпорту” була припинена. Це означало те, що відтепер, при ввезенні насіння соняшнику, потрібно було платити податок на додану вартість у розмірі 20%. Такий підхід зменшив обсяги ввезення іноземного насіння соняшнику вже з 1999 року і починаючи з 2002 року, Україна постійно імпортує лише 1 тис. тонн насіння соняшнику [3].

Протягом 2005 року рівень закупівельних цін на соняшник по експорту знизився. Так, на 30 грудня 2005 відвантаження насіння у порти здійснювалось за ціною 980 грн./т (на умовах СРТ), що на 270 грн./т або 22% менше, ніж було станом на аналогічну дату попереднього року. Соняшникова олія відвантажувалась за ціною 2727 грн/т, що на 615 грн/т або 18,4% нижче рівня ціни грудня 2004 року [4].

Зростаючі обсяги внутрішньої переробки соняшника за останні три роки дали змогу майже досягти рівня виробництва соняшникової олії у 1990-1991 рр. Це єдина галузь харчової промисловості (серед тих, які безпосередньо займаються переробкою сільськогосподарської сировини), яка змогла досягти таких успіхів. Баланс соняшникової олії за 2000-2005 рр., наведений у табл. 3, підтверджує відновлення обсягів переробки та зростання експорту олії [5].

Таблиця 3 – Баланс соняшникової олії в Україні, тис. т

Показник	2000 – 2001 МР	2001 – 2002 МР	2002 – 2003 МР	2003 – 2004 МР	2004 – 2005 МР	2005 – 2006 МР
Запаси на початок сезону	55	42	52	34	41	66
Виробництво	976	852	1320	1428	1150	1730
Імпорт	-	-	1	7	2	2
Експорт	561	425	917	979	642	1160
Споживання	430	417	423	449	485	547
Запаси на кінець сезону	40	52	34	41	66	90

Експорт олії здійснюється переважно до Європи (Нідерланди й Англія) та країн СНД (Білорусь, Російська Федерація, Естонія і Литва – 15-90%).

Збільшення пропозиції олії сприяло розширенню попиту на неї як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках (збільшення експорту). В Україні попит на олію формується за рахунок внутрішнього споживання та експорту, питома вага яких у 2005 році склала, відповідно, 46,2% та 53,8% від загального попиту. У 2004 році ці показники дорівнювали 42,9% та 57,1%. За останні роки помітно збільшилось споживання олії населенням. У 2003 році рівень споживання олії становив 11,3 кг на особу у рік, у 2004 році – 12 кг (це навіть більше, ніж було у 1990 році (11,6 кг), у 2005 році він склав 13 кг на особу. Слід зауважити, що ці показники знаходяться в межах раціональних норм харчування.

Останніми роками експорт соняшникової олії збільшується, що дає змогу Україні стати одним із провідних експортерів олії на світовому ринку. У 2003 році було експортовано 979 тис. т олії, у 2004 році експорт знизився до 642 тис. т. У 2005 році експортовано 1160 тис. т олії, що на 80% більше, ніж було у попередньому році (рис. 4).

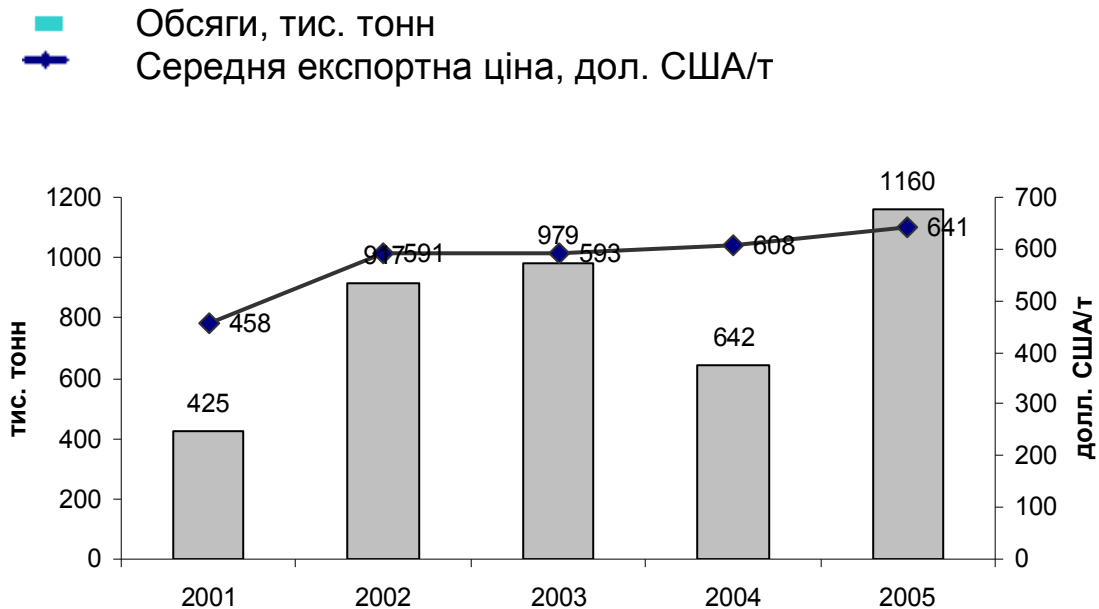


Рисунок 4. Обсяги експорту та середні експортні ціни на олію соняшкову, 2001 – 2005 рр.

Джерело: Держкомстат України

Підсумовуючи вищевикладене, автори дійшли висновку, що виробництво насіння соняшника як основної олійної культури в Україні, нарощування його валових зборів останнім часом відбувається виключно екстенсивним шляхом, тобто за рахунок розширення посівних площ. Зниження економічних показників галузі зумовлюється тим, що собівартість виробництва одиниці продукції підвищується внаслідок стрімкого зростання цін на ресурси. Хоч у більшості сільгоспдприємств використовують лише техніку та пальне без застосування добрив, засобів захисту рослин, гібридного насіння виробничі витрати з розрахунку на 1 га щорічно зростають.

У галузі склалися невідрегульовані цінові відносини: найвищі прибутки від експорту соняшника одержують трейдери, які мають спільні підприємства з іноземними фірмами, в яких налагоджені канали збуту продукції на світовому ринку. Як наслідок – сільськогосподарським товаровиробникам і підприємствам переробної промисловості України не надходять потрібні для розширеного виробництва кошти. Враховуючи глобалізацію економіки та загострення конкурентної боротьби на світовому ринку, необхідними є розробка й реалізація ціло-

го комплексу заходів по усуненню існуючих проблем, які й надалі забезпечать Україні провідне місце на світовому ринку соняшника.

Висновки та пропозиції. Результати аналізу основних тенденцій розвитку вітчизняного ринку соняшника дають підстави зробити наступні висновки:

1. Виробництво насіння соняшнику в Україні постійно нарощується, що створює додаткові можливості для завантаження потужностей переробних підприємств, для збільшення експортних поставок і сприяє розвитку відповідної інфраструктури.

2. У той же час виявлені в процесі дослідження тенденції, що мали місце на вітчизняному та світовому ринку соняшника, вказують на необхідність впровадження в Україні певного комплексу заходів, метою яких має стати налагодження ефективного функціонування внутрішнього ринку та зміцнення позицій держави на світовому ринку соняшника, зокрема, це: встановлення податку на площу посіву соняшнику і розподіл виручених коштів у самому підприємстві на перекривання витрат на вирощування найбільш збиткових культур чи виробництво продуктів, включаючи як рослинництво, тваринництво, так і соціальну сферу.

3. Створення системи моніторингу, аналізу та прогнозування кон'юнктури аграрного ринку, збирання і оперативне інформування всіх учасників ринку соняшника щодо рівня цін на сільськогосподарську продукцію та продовольство. Така система повинна забезпечити, по-перше, більшу інформованість усіх суб'єктів ринку та підвищити прибутковість виробників за рахунок виявлення ринків збуту, трансформації їх виробничої стратегії з урахуванням вимог ринку, вирівнювання цін на аналогічну продукцію в регіонах, зменшення маркетингових витрат; по-друге, оцінку ефективності фінансування заходів державного регулювання ринку соняшника та розробки стратегії поступової відмови від непрозорих схем підтримки сільськогосподарських підприємств; по-третє, розвиток транспортної інфраструктури; по-четверте, зменшення заборгованості держави по відшкодуванню ПДВ експортерам та удосконалення механізму відшкодування ПДВ; по-п'яте, уникнення надання державним підприємствам переваг при збуті соняшника на внутрішньому та зовнішньому ринках.

4. В Україні, на жаль, досі відсутній дієвий законодавчий механізм, який би стимулював сільськогосподарських виробників до нарощування виробництва та збуту продукції на зовнішніх ринках. Його створення вкрай необхідне для забезпечення економічних, організаційних і правових умов конкурентного виробництва та реалізації насіння олійних культур і продукції його переробки на світовій арені.

5. Одним із найперспективніших шляхів поліпшення ситуації на ринку соняшника є посилення взаємодії всіх його учасників, зокрема, сільськогосподарських товаровиробників і переробних підприємств.

Це дасть змогу збільшити обсяги виробництва кінцевого продукту (олії), що сприятиме ліквідації сировинної спрямованості експорту.

Перспектива подальших досліджень. Перспективи подальшого дослідження в цьому напрямі полягають у оптимізації структури виробництва та експорту насіння соняшнику і продуктів його переробки, зокрема, олії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Пугачов М.І., Дем'янчук В.В. та ін. Ситуація в агропромисловому комплексі України. К.: АПЛР, 2005. – с. 47.
2. Маслосемена, растительные масла, шроты // БІКІ. – 2005 р. – № 135. – с. 6.
3. Положение на восточноевропейских рынках семян подсолнечника, растительных масел и животных жиров // БІКІ. – 2004 р. – №75. – с. 6.
4. Аграрний сектор України у 2005 році / За ред. Ю.Ф. Мельника.– К., 2006. – 88 с.
5. О мировых ценах на подсолнечное масло // БІКІ. – 2006 р. – № 22-23. – с.7-8.

УДК 338.246.025.2:631.115.8

МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ю.В.УШКАРЕНКО – к.е.н., доцент, Херсонський ДАУ

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки сільськогосподарська кооперація розвивається в рамках відповідної державної політики. Таку політику разом із створенням законодавчої бази розвитку кооперації, необхідно послідовно формувати щодо сучасної української дійсності, використовуючи світовий досвід у цій області. На нинішньому етапі розвитку кооперативного сектору економіки України ключовою проблемою є формування та удосконалення механізму державної підтримки кооперативних підприємств. Вплив держави на розвиток аграрного сектора має різноаспектне спрямування на довготривалу перспективу. Вирішення проблем, пов'язаних із визначенням ролі і місця держави у розвитку кооперативних відносин, вимагає розробки якісно нових заходів державної підтримки сільськогосподарської кооперації.

Стан вивчення проблеми. Дослідження з питань державного регулювання кооперації знайшли відображення у працях багатьох вчених-економістів: Ф.Горбоноса, В.Зіновчука, О.Могильного, В.Юрчишина та інших. Так, Ф.Горбонос стверджує, що необхідною економічною умовою розвитку кооперативних організацій має стати формування єдиної державної регуляторної політики у сфері їх підприємницької діяльності, особливо в питанні активізації фінансово-кредитної та інвестиційної політики, встановлення системи пільг для