

ців, що свідчить про її доступність для широких верств населення.

Підприємець О.Ю. Беглов – виробник напівфабрикатів, який працює під торговою маркою «Добра вечерея» (м. Миколаїв, вул. Заводська, 37), у своєму цеху проводить розділення тушок бройлерів на частини та виробляє кулінарні вироби, які реалізуються у фірмових відділах «Гаврилівські курчата». Продаж вказаних виробів здійснюється у 43-х торгових точках Миколаєва.

Цінова ситуація, що склалася на ринку м'яса птиці в Україні, відображає зростання його виробництва й відповідне зниження як оптових, так і роздрібних цін. Так, у 2009 році в Україні було вирощено 922,5 тис. т (живою масою) м'яса птиці всіх видів, що перевищує показник 2008 року на 12,8%, або на 105,0 тис. т.

Що стосується виробництва м'яса бройлерів, то його обсяг у 2009 році становив 879,8 тис. т живою масою, або на 13,3% більше обсягу, реалізованого на забій у 2008 році. За даними Асоціації «Союз птахівників України» лідерами за обсягом реалізації на забій

стали області: Черкаська – 259,7 тис. т, Київська – 168,3 тис. т, Дніпропетровська – 167,3 тис. т, АР Крим – 85,6 тис. т.

Середні роздрібні ціни на ринках України у 2009 році були на 13,5% вище оптових, а ціни у супермаркетах перевищували оптові на 18,4%.

Залежно від типу охолодження та істивних властивостей частин тушок, ціни коливаються в межах до 35-38% по відношенню до ціни тушки бройлера I категорії.

Усе викладене вище переконливо доводить необхідність організації в Україні цілої низки потужних вертикально інтегрованих комплексів, основною спеціалізацією яких є виробництво та реалізація свіжої високоякісної продукції. За такої організації справи в Україні можна буде забезпечити значне зниження собівартості курятини і запропонувати її споживачеві за ціною, як прогнозують експерти ринку, до 10 грн за кілограм. Вдало сконструйована торгова мережа забезпечить своєчасне пропонування товару, його доставку до місць попиту з метою задоволення потреб споживачів у дієтичних продуктах харчування.

Висвітлено досвід підприємств промислового птахівництва з організації збуту продукції. Доведено, що домінуючою формою її розподілу останніми роками стали вертикальні маркетингові системи (ВМС), які на відміну від традиційних каналів розподілу мають більшу ринкову владу і виключають дублювання зусиль. У сфері споживчого маркетингу такі системи охоплюють понад 65% світового ринку.

Отражен опыт предприятий промышленного птицеводства по организации сбыта продукции. Доказано, что доминирующей формой ее распределения в последние годы стали вертикальные маркетинговые системы (ВМС), которые в отличие от традиционных каналов распределения имеют большую рыночную власть и исключают дублирование усилий. В сфере потребительского маркетинга такие системы охватывают более 65% мирового рынка.

An article reflects the sale of production experience of enterprises of industrial poultry farming. It is proved that the dominating form of its distribution within last years have become vertical marketing systems (Naval Forces) which unlike of traditional distributional channels have the big market power and exclude duplication of efforts. In sphere of consumer marketing such systems cover more than 65 % of the world market.

*

Т.В. ПИЛИПЕНКО, аспірант*
Миколаївський державний аграрний університет

Формування ринку ріпаку в Україні

До середини 90-х років минулого століття ріпак вирощували в основному на насіння, зелений корм, переробляли на олію та шрот. З того часу як ріпакову олію стали ви-

користовувати для виробництва біопалива й побічного продукту – гліцерину, попит на насіння цієї культури стрімко зріс. Проте вітчизняний ринок ріпаку виявився не готовий до значного збільшення обсягу попиту і пропозиції насіння.

* Науковий керівник – І.Н. Топіха, доктор економічних наук, професор.

Враховуючи, що процес формування ринку ріпаку продовжується під значним зовнішнім впливом, виникає потреба у вивченні механізму формування його кон'юнктури саме у цьому контексті.

Вагомий внесок у дослідження загально-теоретичних і практичних аспектів даної проблеми зробили українські вчені: П.І. Гайдучський, Т.Г. Дудар, С.Л. Дусановський, Ю.С. Коваленко, М.Ю. Коденська, П.Т. Саблук, А.М. Стельмашук, Р.І. Тринько, О.М. Шпичак та інші. Питання формування і функціонування олієпродуктового ринку взагалі та ринку ріпаку й продуктів його переробки зокрема досліджувались у працях вітчизняних і зарубіжних учених: Ф.Ф. Адаменя, В.І. Бойка, П.С. Вишнівського, В.Д. Гречкосія, О.Г. Дерев'янка, В.В. Лазні, О.О. Митченка, А.А. Побережної, А.В. Фаїзова, С.А. Сегеди, Штефана фон Крамона-Таубаделя, Людвіга Штрівера та ін.

Незважаючи на певний науковий доробок, проблеми економічного механізму формування і функціонування ринку ріпаку та продуктів його переробки недостатньо досліджені як у теоретико-методологічному, так і в практичному аспектах: не розроблено економічного механізму взаємовідносин між учасниками господарської діяльності; не створено ефективної маркетингової системи, регіональних зон виробництва і переробки ріпаку з урахуванням природно-економічних умов.

Мета статті – дослідити механізм формування кон'юнктури ринку ріпаку в Україні.

Формування кон'юнктури відбувається, передусім, під впливом попиту та пропозиції. Саме попит і пропозиція уособлюють у собі дію всіх інших кон'юнктуоформувальних факторів та за допомогою ринкового механізму формують саму кон'юнктуру.

Щодо сучасного стану ринку ріпаку, то він формується головним чином під впливом значного зовнішнього попиту. Україна експортує близько 90% виробленого ріпаку в країни ЄС. Так, у 2008/09 маркетинговому році Україна експортувала в Європейський Союз насіння ріпаку обсягом 2,64 млн т на загальну суму 1,35 млрд дол. США, зокрема

до Нідерландів – 700 тис. т, Бельгії – 431, Франції – 386 і Польщі – 237 тис. т¹.

Значною мірою на рекордних показниках експорту позначилося мінімальне втручання держави в регулювання даного процесу².

Основною причиною того, що значна частина виробленої продукції експортується в зарубіжні країни, є слабка адаптованість вітчизняних переробних підприємств до ринкових умов і неготовність вітчизняного ринку до зростаючої пропозиції ріпаку.

За 1990-2009 роки посівні площі ріпаку в Україні зросли у 12 разів, а валовий збір – у 14,4 раза. Рекордний урожай, який становив 2,8 млн т, зафіксовано у 2008 році. Проте вже у 2009 році підприємства скоротили виробництво на 36% (до 1,8 млн т). Основним фактором зниження обсягів виробництва стало скорочення посівних площ на 30%, що зумовлено зниженням попиту на нього з боку країн ЄС. Рентабельність цієї культури у 2008 році в середньому по Україні становила 51%, а у 2009-му – знизилася більше, ніж удвічі – до 23%. Таке зниження рентабельності можна пояснити зростанням собівартості виробництва (близько 25%) та зменшенням реалізаційних цін у 2009 році³.

Незважаючи на зазначені факти, ціни на ріпак знаходяться на високому рівні, а тому ця культура залишається економічно привабливою для вітчизняних товаровиробників. Якщо в 2009 році середня ціна реалізації становила 2500-2700 грн/т, то з початку 2010 року ціна не опускалася нижче 2800-2850 грн/т. Цілком імовірно, що зростанню внутрішніх цін сприятиме високий рівень загибелі посівів озимого ріпаку у 2010 році (36%). Крім того, рівень запасів минулорічного врожаю в країнах ЄС значно зменшено, а врожай цього року буде нижчим, ніж минулорічний⁴.

Описані зміни можуть сприяти зростанню експорту ріпаку на світовий ринок і як результат – збільшенню посівних площ. Але орієнтуючись на потреби міжнародного ринку в насінні ріпаку, вітчизняним агротоваро-

¹ Украинские экспортеры рапса могут потерять крупнейший рынок сбыта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.liga.net>

² Калетник Г.М. Формування ринкової інфраструктури у біопаливному виробництві / Г.М. Калетник // Економіка АПК. – 2008. – №10. – С.99–102.

³ Украинские экспортеры рапса могут потерять крупнейший рынок сбыта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.liga.net>

⁴ Огляд ринку ріпаку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.credit-rating.com.ua/ru

виробникам слід пам'ятати, що значне збільшення обсягів виробництва може призвести до зниження цін на продукцію. До того ж така політика може стати причиною скорочення площ під іншими сільськогосподарськими культурами, що неодмінно спричинить дисбаланс у структурі попиту та пропозиції.

Нові вимоги до сировини для біопаливної промисловості викладені у положеннях Директиви ЄС 2009/28/ЄС "Про стимулювання використання поновлюваних видів енергії" від 23 квітня 2009 року, які набули чинності з липня 2010 року, можуть сприяти обмеженню експорту ріпаку з України до країн ЄС. Згідно з даним документом з 1 липня 2010 року всі експортери, у тому числі й українські, повинні представляти документи для сертифікації сировини, поставленої до країн ЄС.

Наслідки введення в дію даної директиви для АПК України можуть бути непередбачуваними, починаючи від подорожчання продукції внаслідок сертифікації, втрати європейського ринку ріпаку для України і зникнення даної культури з її полів.

У зв'язку з цим громадське об'єднання «Український клуб аграрного бізнесу» звернувся до Міністерства аграрної політики України з проханням у терміновому порядку створити робочу групу по вивченню даного питання з метою пом'якшення негативних наслідків для аграрного сектору України¹.

Поліпшенню ситуації на вітчизняному ринку ріпаку може сприяти нарощення вітчизняних переробних потужностей в країні. Загалом, реалізація насіння ріпаку переробним підприємствам є достатньо вигідним каналом збуту, проте потужності цих підприємств не в змозі переробити увесь обсяг вітчизняної сировини, що надходить на ринок.

Нестабільність фінансового становища, відсутність відпрацьованих схем постачання сировини не дають змоги вітчизняним переробним підприємствам серйозно конкурувати з потужними експортерами².

Недовіра до біржової торгівлі з боку сільгоспвиробника, відсутність навичок участі в

цивілізованих системах збуту і, як наслідок, відсутність достовірної інформації про реальні ціни на насіння призводять до цінових маніпуляцій не на користь виробників і переробних підприємств, що купують сировину через посередників.

Посередницькі компанії й біржі є основними формами ринкової торгівлі ріпаком та продуктами його переробки в Україні³.

Посередницькі компанії є проміжною ланкою між виробником та споживачем продукції, проте вони формують більшу частину ціни товару. На експортному ринку до числа посередників належать регіональні трейдери, а також експортно-орієнтовані національні й транснаціональні компанії.

Основним негативним аспектом участі посередника є те, що до вартості товару додається і його маржа. Найбільш гостро даний аспект проявляється наприкінці сезону, коли на ринку відчувається дефіцит пропозиції й покупці змушені купувати продукцію за високими цінами.

Другий негативний аспект полягає в тому, що при багаторівневому розподілі зменшується можливість контролю за рухом товару від продавця до покупця, що призводить до порушення нормального процесу просування товарів і функціонування ін формаційних потоків.

Проте посередники беруть на себе значну частину можливих ризиків, що дає можливість проводити аналітичну роботу щодо прогнозування ринку. Іншим позитивним аспектом участі посередників у процесі руху насіння ріпаку як для покупця, так і для продавця є відсутність необхідності розвитку своєї транспортної структури й залучення працівників, які займалися б пошуком каналів збуту. Проблемою для виробників ріпаку є відсутність складських приміщень та елеваторів для зберігання врожаю.

Останнім часом на ринку ріпаку спостерігається зменшення числа дрібних і середніх незалежних посередників. Це відбувається у зв'язку з їхньою низькою конкурентоспроможністю порівняно з великими торгово-посередницькими й експортно-орієнтованими компаніями.

Більшість великих експортних компаній з метою оптимізації своєї роботи прагнуть до

¹ Украинские экспортеры рапса могут потерять крупнейший рынок сбыта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.liga.net>

² Дудар Т.Г. Стратегія розвитку ринку ріпаку та продуктів його переробки: монографія // Т.Г. Дудар, А.В. Фаїзов. – Тернопіль: Економічна думка, 2007. – 166 с.

³ Яворова Г.В. Ринок ріпакового насіння та олії: тенденції і перспективи / Г.В. Яворова // Економіка АПК. – 2009. – №2. – С.121-125.

зменшення кількості посередників на шляху руху насіння в порти. Одним із напрямів такої оптимізації є перехід на роботу за принципом нульового каналу розподілу, що передбачає налагодження постійних партнерських відносин з виробником зерна. Такі процеси мають місце, коли йдеться про роботу з великими аграрними холдингами. Більшість експортних компаній для зменшення кількості посередників розвивають мережу власних представництв в основних регіонах, що виробляють насіння.

Роль біржової торгівлі у формуванні ринку ріпаку полягає в організації руху товару, що реалізується, сприяючи тим самим встановленню господарських зв'язків між учасниками торговельного процесу. Товарна біржа, що є місцем вільного й прозорого ціноутворення, може мінімізувати маркетингові витрати, витрати на рекламу, а також ризики цінових і курсових коливань для товаровиробників.

Загалом по Україні обсяги продажу насіння ріпаку на біржі досить вражаючі. За даними Міністерства аграрної політики України з урожаю 2009 року станом на 22 січня 2010 року обсяги торгівлі ріпаком на біржовому ринку України за всіма видами угод та базисами поставок досягли 1668,92 тис. т, з них на експорт – 1668,678 тис. т. Проте участь у біржових торгах практично беруть лише трейдерні компанії, що призводить до накопичення капіталу не у виробників продукції, а в посередників.

Зазначимо, що сільгосптоваровиробники не можуть самостійно брати участь в укладенні угод купівлі-продажу та реалізовувати вироблену ними продукцію безпосередньо на біржі, оскільки для здійснення торговельних операцій необхідна наявність великої кількості товару. Проте загальновідомо, що саме на цьому сегменті ринку забезпечує-

ся визначення реальних цін біржових товарів і страхування ризиків. Враховуючи значне збільшення виробництва ріпаку, українські компанії повинні бути готовими торгувати насінням ріпаку більш цивілізовано, формуючи великі партії товару.

Незабезпеченість господарських відносин належним економічним та правовим механізмом негативно впливає на виробничо-фінансовий стан окремих підприємств, а також розвиток ринку ріпаку й продуктів його переробки. Отже, врегулювання ринкових взаємовідносин і формування внутрішнього ринку ріпаку необхідно проводити на державному рівні. Відсутність державної підтримки є істотною проблемою, яка впливає на діяльність сільськогосподарських товаровиробників.

Із вищевикладеного можна зробити висновки, що ринок ріпаку в Україні є орієнтованим на зовнішній попит, проте нові вимоги до сировини для біопаливної промисловості можуть обмежити експорт ріпаку з України в ЄС.

Поліпшенню ситуації на вітчизняному ринку ріпаку сприятиме нарощування переробних потужностей. Для переорієнтації виробництва ріпаку на сировинне забезпечення галузі необхідно реалізувати державну програму розвитку вітчизняної біопаливної галузі. Потребує удосконалення нормативно-правове й організаційно-управлінське забезпечення формування ринку ріпаку. Агрорідприємствам слід самостійно шукати канали збуту виробленої продукції шляхом кооперації з іншими агротоваровиробниками. З метою мінімізації спекулятивних факторів купівлі-продажу продукції необхідно звернути увагу на систему організації ринку ріпаку. Суттєвого удосконалення потребує система інформаційного забезпечення.

Висвітлено сучасний стан розвитку ринку ріпаку в Україні та механізм формування його кон'юнктури. Виявлено особливості основних кон'юнктуороформувальних факторів на цьому ринку.

Отражено современное состояние рынка рапса в Украине. Выявлены особенности основных конъюнктуороформирующих факторов на этом рынке.

An article reflects current state of Ukrainian market of rape. The mechanism of formation of the state market of rape is considered, the peculiarities of influence of basic conjuncture-forming factors on forming of market environment are defined.

* * *