

ДОСЛІДЖЕННЯ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Вивчено особливості функціонування галузевого ринку олійно-жирової промисловості та здійснено оцінку його внутрішньої структури.

Ключові слова: товар, продукт, олія, олійно-жирова промисловість, галузевий ринок, соняшник, олійна культура, експорт.

Abstract

The peculiarities of the functioning of the branch market of oil and fat industry have been studied and its internal structure has been assessed.

Key words: commodity, product, oil, oil and fat industry, branch market, sunflower, oil culture, export.

Оліє-жирова галузь є стратегічно важливою для економіки України, адже на сьогодні наша держава з часткою 65 % посідає перше місце на світовому ринку соняшникової олії. За даними асоціації «Укроліяпром» близько 30 % експорту продукції аграрного виробництва припадає саме на олію; щорічно доходи від продажу продукту за кордон складають 2...2,5 млрд. дол. США. Україна є одним з лідерів з переробки соняшникової олії у світі. Світові ціни на соняшкову олію залежать від біржових цін на соєві боби та соєву олію.

Не зважаючи на зростаючий попит на рослинні олії на світовому ринку, серйозними стримуючими факторами для підприємств галузі на внутрішньому ринку є декларування цін на олію як соціально значимий продовольчий товар, низька купівельна спроможність населення, загроза посилення ризиків сировинного забезпечення внаслідок скасування експортного мита на насіння соняшника і відсутності бар'єрів для експорту ріпаку і сої. Крім того, в галузі посилюється диспаритет між наявними переробними потужностями і сировинною базою.

Оліє-жирова промисловість України — підгалузь харчової промисловості, що переробляє олійні культури на жири. Український ринок олії соняшникової профіцитний, внутрішній попит складає лише 10–15%, решта 85–90% експортується.

Серед культур — соняшник, соя, ріпак, льон тощо. Виробництво соняшникової олії є потужним агропромисловим комплексом, який об'єднує виробників насіння і жиросировинної продукції.

За способом виробництва рослинних олій ринок фрагментується відповідно до методів їхнього видобування із рослинної сировини: розпилювання, екстракція розчинником, механічна екстракція та гідрування.

Сегментація ринку. Прикладними сегментами ринку рослинних олій є сегмент сировини для виробництва біодизеля, сегмент сировини для харчової промисловості та сегмент рослинних олій як сировини для інших галузей промисловості. Сегмент харчової промисловості надалі включає в себе харчові рослинні олії для салатів та кулінарії, випічки та смаження, жирних інгредієнтів, оброблених та заморожених продуктів, маргарину та інших спредів. Промисловий сегмент, у свою чергу, підрозділяється на сегмент мастильних матеріалів, сегмент ліків, сегмент фарб, сегмент косметики тощо.

Виходячи з типу рослинної олії, сегментація ринку має такий вигляд: ринок пальмової олії, ринок соняшникової олії, ринок соєвої олії, ринок ріпакової олії та невеликий за обсягами ринок інших рослинних олій.

Розпочинаючи аналіз ринку соняшникової олії в установлених ринкових межах, визначимо структуру й обсяг ринку.

Домінуючим в Україні сегментом серед типів олії по обсягам виробництва, торгівлі та споживання вже тривалий час є соняшникова олія. У загальному обсязі виробництва олійних культур в Україні

соняшник займає понад 90 %, а в структурі посівних площ не менше 10 %. На внутрішньому ринку олія соняшникова споживається практично всіма суб'єктами вітчизняного виробництва. Підприємства з виробництва соняшникової олії є стратегічно важливими для національного господарства України в умовах глобальної конкуренції. Соняшникове насіння одне із найбільш рентабельних видів аграрної продукції України. Олія належить до соціально-значимих продуктів. В олійно-жировій галузі зайнято 50 тис. чол.

Загальною особливістю галузі є боротьба за основну сировину — насіння соняшнику. Щодо цього питання слід зазначити, що намагаючись завантажити основні потужності, найбільші компанії в останній час пропонують максимальні ціни на закупівельну сировину. Це призвело до того, з початку 2004 р. внутрішні ціни на насіння соняшнику перевищують світові. Високі внутрішні ціни зумовлюють те, що соняшникова галузь є рентабельною та привабливою для інвесторів.

Найбільші олійно-жирові підприємства України, діяльність яких охоплює понад 90% вітчизняного виробництва рослинних олій; виробництво маргаринової продукції понад 80% та близько 40% виробництво майонезу [1].

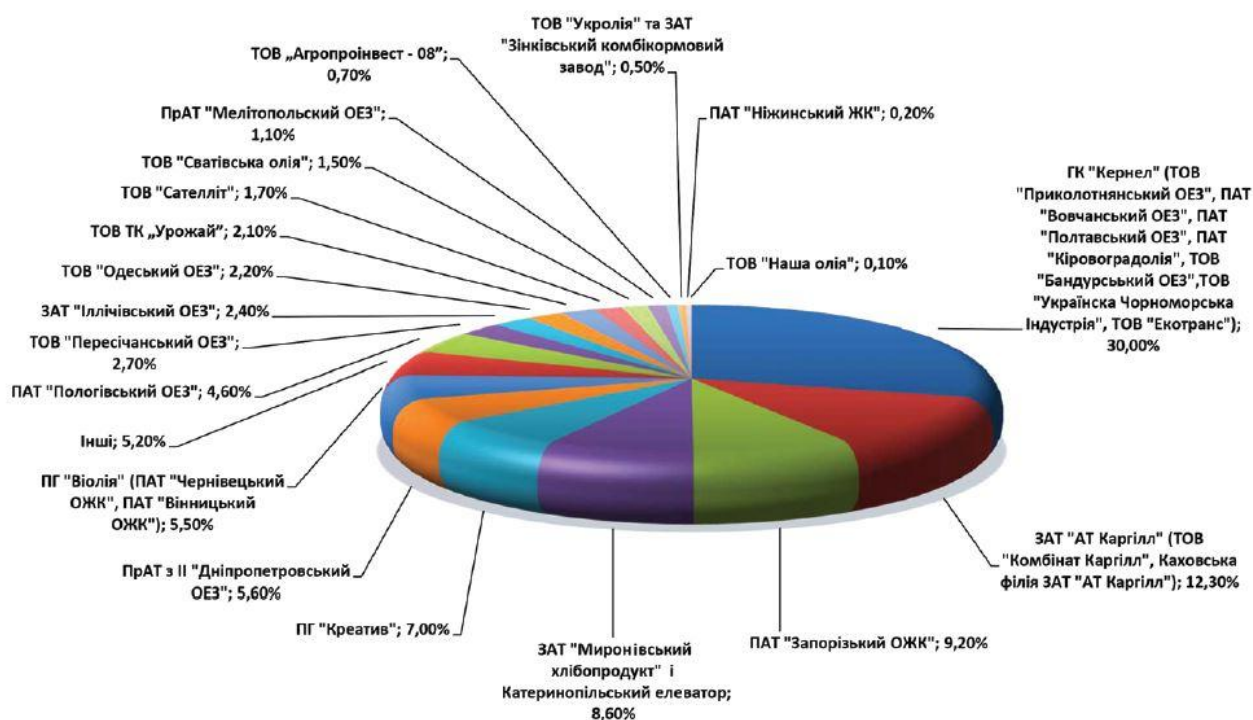


Рисунок 1 - Частки найбільших виробників соняшникової олії в Україні

Виробництво соняшникової олії є динамічним та прибутковим сектором АПК України. Найбільшими суб'єктами господарювання є «Кернел», «Агрокосм», «МХП», «Vioil», «Cargill», «Bunge», «Пологівський ОЕЗ», «Дельта Вілмар», «Glencore», «Noble» [2 -4].

До другої категорії належать дрібні виробники рослинної олії в компаніях, для яких виробництво рослинної олії не є основним видом діяльності. Ці переробні підприємства, залежніші від ситуації на внутрішньому ринку, оскільки на них налагоджено виробництво дрібних партій рослинної олії. Дані виробники виробляють 10-30% від загального обсягу соняшникової олії в Україні.

Третю категорію складають виробники жиролоїної продукції — маргаринові заводи, миловарні комбінати.

У результаті переробки насіння соняха отримують продукти первинної переробки (соняшникова олія і шрот), продукти глибшої переробки (майонез, маргарин, мило, жири кондитерські, соняшникове борошно і білкові кислоти).

Основні виробники нерафінованого продукту складають:

- ТОВ «Європейська транспортна стивідорна компанія» — доля на ринку склала 8,3% (доля на ринку у 2019–2020 МР — 7,7%);

- ТОВ «Отпимусагротрейд» — 6,6% (доля у попередньому періоді — 6%);
- ТОВ «Придніпровський ОЕЗ» (входить до складу агрохолдингу Kernel) — 6,1% (доля у попередньому періоді — 5%);
- ТОВ «Українська Чорноморська індустрія» — 5,2% (доля у попередньому періоді — 4,6%);
- ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» (входить до структури ViOil) — 5,1% (доля у попередньому періоді — 4,3%).

Ринок соняшникової олії розділяється на виробників рафінованої та нерафінованої олії.

Основні виробники рафінованої олії увійшли:

- ПрАТ З П «Дніпропетровський олійноекстракційний завод» (входить до структури Bunge). Доля на ринку — 19,6% (доля у 2019—2020 МР — 15,5%);
- ТОВ «Дельта Вілмар Україна» (входить до складу Wilmar International) — 14% (доля у попередньому періоді — 16,6%);
- ПрАТ «Полтавський олійноекстракційний завод — Кернел-Груп» (входить до складу Kernel) — 12% (доля у попередньому періоді — 10,4%);
- ТОВ «Приколотнянський ОЕЗ» (входить до складу Kernel) — 8,6% (доля у попередньому періоді — 7,9%);
- ПП «Оліяр» — 8,2% (доля у попередньому періоді — 8,8%).

Проаналізувавши всі дані, то можна сказати, що виробництво нерафінованої олії є більшим, ніж рафінованої.

І також найбільш популяризованою серед споживачів соняшникової олії є рафінована.

- Визначення ключових конкурентів на ринку рафінованої олії:

Інтеграційні процеси на ринку. До вертикально інтегрованих компаній слід віднести холдинг «Кернел Груп», агрохолдинг Bunge, холдинг «Зерноторгова компанія Олсідз Україна», ВАТ "Креатив-Груп».

Асоціація «Укроліяпром» створена як добровільне об'єднання олійно-жирових підприємств у червні 1998 р. з метою координації діяльності та взаємодопомоги її учасникам у вирішенні спільних організаційних, економічних, технічних та інших питань [3].

До асоціації входять [3]:

- найбільші олійно-жирові підприємства України;
- виробники маргаринової продукції;
- виробники майонезу;
- Український науково-дослідний інститут олій та жирів НААН;
- підприємство з виготовлення обладнання для переробки олії «ТАН»;
- підприємство з виробництва теплоенергетичного та енергетичного машинобудування СВКТБ «Енергомашпроект»;
- інформаційно-аналітичні агенції «АПК-Інформ», «Експерт Агро»;
- консалтингова агенція «УкрАгроКонсалт».

Асоціація «Укроліяпром» — чинний асоціативний орган, створений для координації спільних дій у напрямі посилення ринкових позицій підприємств-членів Асоціації, активного захисту та лобювання їхніх інтересів на міжнародному, всеукраїнському та регіональному рівнях [5].

Диференціація продукту. Розрізняють чотири види диференціації:

- 1) місце розташування магазину/фірми;
- 2) відмінності в якості продукції;
- 3) після продажне обслуговування клієнтів;
- 4) суб'єктивний імідж товару, який стався у споживача.

Розглянемо перший вид диференціації продукту. У загальному домінуючі фірми розташовані у різних містах України, а конкретно одного магазину із олією, наприклад, немає у Вінниці. Тобто фірми співпрацюють із магазинами, які мають зручне місцезнаходження для покупців.

Стосовно якості продукції, то в багатьох вона ідентична. Тобто смак, колір та густина не відрізняється. Обговорюючи після продажне обслуговування клієнтів, то його немає ні в одній із фірм.

Вхідні бар'єри для нових гравців в оліє-жировій промисловості, але ж існує декілька, а саме: адміністративні: сертифікація, експортне мито, квотування.

Соціально-економічні: капітальні витрати на будівництво виробничих потужностей з переробки і невеликий обсяг оборотного капіталу.

Суб'єктивний імідж товару. Товари можуть відрізнятися за брендами виробниками. Найвідоміші в Україні: «Чумак», «Олейна», «Щедрий дар», «Майола», «Стожар», «Auchan», «Кожен день» і т.д.

Із проведених аналізів можемо визначити, що на ринку рафінованої соняшникової олії ключовими конкурентами є ПрАТ З П «Дніпропетровський олійноекстракційний завод» (частка на ринку 19,6%) та ТОВ «Дельта Вілмар Україна» (частка на ринку 14%). Також 4 конкуренти є непрямими, адже займаються різними видами продукції: олія соняшникова рафінована та не рафінована, ріпакова, молочна продукція та інше, а лише ТОВ «Приколотнянський ОЕЗ» є прямим, адже він виготовляє лише рафіновану соняшкову олію.

Кернел прагне стабільно збільшувати масштаби і ефективність їх низьковитратної бізнес-системи для щорічного експорту 20 мільйонів тонн агропродукції з України шляхом стратегічних придбань, зміцнення дояльних відносин з місцевими фермерами та постійного розвитку їх співробітників.

Стратегічні цілі:

6,0 млн тон переробки олійних культур на рік, з яких 35% становлять внутрішні поставки; щорічний експорт зерна з України становить 15 млн тон, з яких 50% складають внутрішні поставки; 4 млн тон продукції власного виробництва щороку на 0,7 млн га сільськогосподарських земель під операційним контролем.

Стратегічні ініціативи:

збільшення масштабу: придбання через М&А / оренду активів / топінг; 1,5 млн тон переробки насіння соняшнику; 5 млн тон перевалки зерна; 0,2 млн га сільськогосподарських угідь; удосконалення CRM і систем аналізу ринків; подальше розширення проекту «Open Agribusiness».

Підвищення ефективності: автоматизація та цифровізація процесів; підвищення продуктивності праці; впровадження інноваційних рішень в агробізнесі; електронний документообіг.

Таблиця 1 - Порівняльна характеристика конкурентів

№	Назва (організація-конкурента)	Торгові марки	Стратегічний напрямок компанії	Спеціалізація	Ключовий	Прямий	Непрямий
1	ПрАТ З П «Дніпропетровський олійноекстракційний завод»	«Олейна» «Розумниця»	Головна місія підприємства – насичення ринку високоякісною продукцією власного виробництва. Стратегія діяльності підприємства – завоювання лідируючих позицій на ринку переробки соняшнику та виробництва соняшкової олії, розвиток діяльності відповідно до стратегічних напрямків розвитку корпорації.	Продукція: олія соняшникова нерафінована, олія соняшникова рафінована дезодорована. Побічні продукти виробництва - цінний білковий корм-шрот, соапсток, деодістлят, лушпиння соняшника.	+		+
2	ТОВ «Дельта Вілмар Україна»	«Чумак»	ТОВ «Дельта Вілмар Україна»: стратегія цієї компанії така, що вона наповнює свій сегмент ідентичними товарами, що його конкуренти. У 2021 році вони почали випускати бутильовану продукцію. Тобто напад на конкурента напряму.	Продукція: олія пальмова соняшникова рафінована/нерафінована маргарини замінники молочного жиру спеціалізовані жири жири для шоколадних виробів шрот соняшковий лузга соняшковалецитин соняшковий			+

продовження табл. 1

3	ПрАТ «Полтавський олійноекстракційний завод — Кернел-Груп»	Кернел-Груп»: «Маринадо, «Стожар», «Щедрий Дар»	ПрАТ «Полтавський олійноекстракційний завод — Кернел-Груп» та ТОВ «Приколотнянський ОЕЗ» (тому що вони обидва входять до складу «Кернел-Груп»):	Продукція: Масло рослинне гідратоване; Масло рослинне нерафіноване; Масло рослинне рафіноване.				+
4	ТОВ «Приколотнянський ОЕЗ»	Чумак Золота» та «Чумак Домашня»		Олія рафінована				+
5	ПП «Оліяр»	«Майола», «Оліяр», «Родина», «Соняшна».	ПП «Оліяр»: компанія у межах реалізації концепції соціально-відповідального маркетингу та підвищення власного іміджу планує відмовитися від використання вугілля на користь екологічно безпечного твердого біопалива, а саме пелет з лушпиння соняшника. Тобто її стратегія полягає в тому, що вона має бажання «прославити» свою компанію завдяки використанню екологічно чистого виробництва, що в наш час є дуже популяризованим та ціниться суспільством.	Продукція: <ul style="list-style-type: none"> -олія соняшникова нерафінована -олія соняшникова рафінована -олія ріпакова нерафінована -шрот соняшниковий -шрот ріпаковий -лушпиння соняшникове гранульоване -фосфатний концентрат -жирні кислоти 				+

У споживача може бути улюблений бренд, який він обрав за тими чи іншими показниками. Наприклад, на ринку є кілька постачальників рафінованої соняшникової олії, проте клієнт обирає того, що позиціонує себе як компанія з екологічним підходом до виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жироолійна промисловість України Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Жироолійна_промисловість_України
2. Офіційний сайт «УКРОЛІЯПРОМ». URL: <https://ukroilprom.org.ua/>
3. Офіційний сайт: YOU CONTROL – повне досє на кожну фірму. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/36142801/
4. Топ виробників олії в Україні у 2020–2021 роках. LANDLORD. URL: <https://landlord.ua/news/top-vyrobnykiv-olii-v-ukraini-u-2020-2021-rokakh/>
5. Катран, М. В. Конкуренція на ринку соняшникової олії. ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО . 2018. 166.

Філатова Любов Сергіївна — канд. екон. наук, старший викладач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет. e-mail: filatovalyba@gmail.com

Коваль Діана - студентка групи Мр-21б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця,