

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОЛІЙНОДОБУВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Олійно-добувне виробництво в Україні має давні традиції. Воно виникло ще за часів Київської Русі в IX – X. В той час олію добували переважно з насіння льону й конопель. Соняшник на українській землі з'явився значно пізніше, в часи Петра I.

Протягом останніх 15 років олійно-жирова промисловість України пройшла в своєму розвитку кілька етапів – від занепаду до підйому, і зараз олійно-жировий комплекс держави включає 31 велике спеціалізоване олійно-добувне підприємство [3]. За даними асоціації “Укроліяпром” їх сумарна середньорічна потужність становить більше 5,4 млн. тон переробки насіння соняшнику в рік.

Спеціалізовані підприємства виготовляють олію різних видів: нерафіновану, гідратовану, рафіновану недезодоровану, рафіновану дезодоровану, відбілену виморожену тощо. Виробництво рослинних олій в Україні представлено в основному соняшnikовою, частка якої в структурі виробництва в різні сезони складає від 94% до 96%. Решта – ріпакова, соєва, лляна, рицинова [4]. Крім того, продукція олійно-жирової промисловості включає також саломаси, жирні кислоти, маргарин, майонез, мило туалетне й господарче та інші мийні засоби.

Олійно-жировий комплекс є важливим сектором такої бюджетоформуючої галузі народного господарства як харчова промисловість України. Так, за 2005 рік підприємствами харчової промисловості до бюджетів всіх рівнів було перераховано 7,4 млрд. грн. Частка олійно-жирової галузі становить 10%, або 800 млн. грн. [2].

Проте в галузі на сьогодні існує цілий ряд проблем, без вирішення яких важко досягти стабільності в її функціонуванні. Необхідність проведення робіт з відновлення, реконструкції і переоснащення багатьох підприємств в умовах обмеженості фінансових ресурсів вимагає ефективних управлінських рішень.

Теоретичні і практичні аспекти організації і функціонування олієдобувних виробництв, питання розміщення олійно-жирового комплексу, взаємовідносини між виробниками сировини і переробними підприємствами досліджувалися багатьма вченими – економістами, зокрема А.Карпенком, О.Дубровою, С.Яценком, Л. Старшинською [7] та іншими. Водночас поряд з науковцями вагомий внесок у вирішення проблем галузі здійснили провідні експерти олійно-жирового комплексу України – Л. Зінченко, В. Кухта [3] В. Капшук [2], О. Дзюбак, В. Листопад [4].

Незважаючи на актуальність зазначених праць, ряд питань, пов'язаних з ефективним управлінням галуззю, залишаються дискусійними і потребують подальших досліджень задля розробки практичних рекомендацій. Це і зумовлює актуальність даної статті.

Метою статті є аналіз стану галузі, а також визначення основних напрямків її розвитку на сучасному етапі.

Нами досліджується розвиток олійно-жирового комплексу з моменту введення в дію в 1999 році Закону України «Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур», яким встановлювався до 1 липня 2002 року податок на експорт насіння соняшнику в розмірі 23 % експортної вартості партії. Згодом експортне мито на насіння соняшнику, льону і рижю було знижене до 17 %. Саме такий крок з боку держави сприяв позитивним змінам, а саме обмеженню експорту українського соняшнику і переорієнтації діяльності компаній на виробництво олії всередині держави.

Отже, відмінною 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 глибинної переробки.

Аналіз динаміки показників експорту свідчить про значні зрушення в його структурі. Так, за сезон переробки врожаю 2006 р. експортовано 1628,9 тис. т олії, що становить 84,22% від обсягів її виробництва, в той час як у 1999 р. ці показники становили відповідно 174 тис. т і 32% [6]. Диверсифікація експорту сприяла збільшенню за зазначений період валютної виручки від реалізації олії більше ніж у п'ять 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 за більш короткою схемою, ніж експорт олії через переробку насіння, тобто забезпечує швидший обіг коштів. Проте Україна, маючи достатні потужності, зацікавлена в максимальній переробці всього обсягу вирощеного врожаю на вітчизняних підприємствах з тим, щоб торгувати не сировиною, а високоякісною готовою продукцією, формуючи додаткову вартість, робочі місця, прибуток, податки тощо [7].

Синтез сільського господарства і олійно-жирової галузі промисловості в різній мірі проявляється вповдовж всього її розвитку. Адже агропромислова інтеграція дає змогу краще використовувати природні і трудові ресурси, досягнення науки тощо, відкриває широкі можливості для зростання обсягів виробництва й зниження собівартості продукції. Тому зараз великі національні підприємства олійно-жирового комплексу задля стабільного забезпечення себе сировиною і економії витрат знаходять вихід в створенні агропромислових формувань – об'єднань підприємств, пов'язаних технологічним ланцюгом «сировина – готова продукція – збут».

Капітал із інших сфер діяльності вітчизняного чи іноземного походження спочатку вливається в переробну промисловість, зокрема в підприємства олійно-жирової галузі, а після створення сучасних переробних потужностей – у сферу збуту через створення логістики і власної торговельної мережі. З нагромадженням необхідних фінансових ресурсів уже

на третій стадії створюється власне сільськогосподарське виробництво через оренду земельних і частково майнових паїв і закупівлю необхідних ресурсів (насамперед сучасної техніки) [1]. За цією схемою еволюціонували ТОВ «Стрілецький степ» і ТОВ «Любава». «Зерноторгова компанія Олсідз Україна» провела консолідацію активів і структурувала їх в холдинг з керуючою компанією. Чітка прозора структура дозволяє холдингу залучати необхідні об'єми кредитних ресурсів від західних банків. Власні елеватори, агрогосподарства, торгівельні дома надають переробним підприємствам конкурентні переваги у вигляді гарантованих поставок і економії на витратах, насамперед транспортних.

Олійно-жировий комплекс України вступає в фазу консолідації. Як зазначають експерти [5] і, власне, самі учасники галузі подальша зміна її структури буде зумовлена переділом активів між великими операторами ринку.

На спеціалізовані підприємства (олійно-екстракційні та пресові заводи) припадає більше 90 % загального випуску рослинних олій в Україні (див. табл. 1)

Таблиця 1

Виробництво рослинної олії спеціалізованими підприємствами в
Україні*

Показник	Рік								
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Вироблено олії всього по Україні, тис. тонн	511000	577000	973000	864190	928297	1279265	1325569	1343720	1967979
В т.ч. на спеціалізованих підприємствах, тис. тонн	368692	453717	743176	824619	891591	1222145	1232744	1245197	1960161
Питома вага спеціалізованих підприємств, %	72,2	78,6	76,4	95,4	96,0	95,5	93,0	92,7	99,6

*Розраховано за даними УкрНДІОЖ [6] та Держкомстату України [9]

Решта потужностей зосереджені в господарствах у вигляді невеликих олійниць з низькою продуктивністю і виходом продукції.

Аби уникнути поглинання, вітчизняні компанії повинні постійно розвиватися в напрямку розширення своєї присутності на ринку, підвищення якості продукції і оновлення матеріально-технічної бази. Дрібні олійниці не можуть забезпечити належний рівень якості своєї продукції, а тому є не конкурентноздатними порівняно з великими промисловими підприємствами. Ще кілька років тому невеликі заводи контролювали до 30 % внутрішнього ринку, зараз – не більше 15 %. Світовий досвід доводить, що частка олії, яка виготовляється в такий спосіб, зазвичай становить 3 – 5 %.

За рахунок витіснення з ринку дрібних гравців великі підприємства отримують шанс щорічно збільшувати свою присутність на внутрішньому ринку рослинної олії на 45 тис. т. [5].

Крім того, в майбутньому конкуренція на ринку сировинних ресурсів загостриться через надлишок переробних потужностей і нестачу сировини, що призведе до зниження рентабельності галузі.

Як вихід, більшість підприємств намагаються диверсифікувати переробку олійних культур, адже технологічними регламентами багатьох олійно-екстракційних заводів передбачена переробка насіння ріпаку, сої, ріжю. Крім того, ще одним перспективним напрямком розвитку олійно-жирової галузі є переробка тропічних (наприклад, пальмової, кокосової тощо) олій, адже вони порівняно є дешевшими і за хімічним складом більше

підходять для використання в кондитерській промисловості, виробництві маргарину ніж соняшникова. Внутрішній попит на таку олію сьогодні становить близько 200 – 220 тис. тонн в рік [8]. За прогнозами її споживання вітчизняними підприємствами харчової промисловості зростатиме і в майбутньому. Доволі привабливим з точки зору поставки перероблених тропічних олій є ринки Білорусі, Росії, країн ЄС. Цьому сприяє вдале географічне розташування і наявність чорноморських портів, які є хорошою логістичною базою.

Джерелами стратегічних позицій в галузі на сьогодні є агресивний маркетинг в поєднанні з розгалуженою дистрибуцією, грамотна політика закупівлі сировини.

Підприємства, які спеціалізуються на виробництві олії для кінцевого споживача, а також підприємства, які працюють за схемою «підприємство для підприємства», розглядають асортиментний ряд як потенційну конкурентну перевагу.

Зараз на внутрішньому ринку представлено біля 40 брендів бутильованої рослинної олії національного і регіонального масштабу, при чому більше 80 % продажу контролюють 10 торгових марок, серед них «Олейна» (28 %), «Чумак» (14 %), «Щедрий Дар» (12 %) [8]. Частки на ринку решти виробників коливаються від 1 % до 4 %.

Для прикладу, в «Кернел» грамотну товарну політику вважають невід'ємною частиною своєї стратегії. В 2005 році компанія розширила лінійку бренду «Щедрий Дар» за рахунок олії холодної рафінації і нерафінованої олії першого віджиму. Bunge займає міцні позиції в ніші олії для смаження. «Чумак» і «Євротек» також зупинились на просуванні двох позицій олії: рафінованої і нерафінованої.

В галузі триває розподіл підприємств на «сильні» та «слабкі». Ця тенденція зумовлена насамперед конкуренцією, яка виникає між середніми переробними підприємствами і фінансово сильними структурами при закупівлі сировини.

Найбільш розгалуженими мережами закупівлі сировини володіють багаті міжнародні корпорації, які основні обсяги сировини закупають в регіонах, де розміщені їх виробництва.

Закупівельна мережа «Зерноторгової компанії» охоплює всі регіони, де вирощують соняшник. Деякі переробні підприємства проблему поставки сировини частково вирішують власними силами, збираючи врожаї з підконтрольних їм господарств. Так, в рамках групи «Кернел» з 2001 року працює 5 агропідприємств, посівна площа яких оцінюється в 15,5 тис. га.

Підприємства-переробники також використовують кредитування і надання авансів фермерам на вирощування конкретних сортів з деякими якісними характеристиками, тим самим підвищуючи якість соняшнику. Транснаціональні компанії в цілому не афішують своєї участі в агрогосподарствах, адже офіційно вони не можуть вважатися власниками землі. Крім того, деякі з них вирощують генетично модифіковані сорти олійних культур.

Неофіційно ареали вирощування соняшнику вже поділені між виробниками: Cargill охоплює Донецьку область, Bunge – Дніпропетровську, «Зерноторгова компанія Олсідз Україна» - Кіровоградську, «Кернел - Полтавську.

Найближчим часом конкуренція на внутрішньому ринку бутильованої олії із площини маркетингових воєн і закупівлі сировини пошириться і на сферу технологій, адже сучасні тенденції формування здорового раціону харчування людини диктують необхідність створення нових харчових продуктів з підвищеною біологічною й фізіологічною цінністю, які є безпечними в харчуванні. Технології отримання продуктів харчування зі збалансованим жирно-кислотним й амінокислотним складом, розроблені на основі фундаментальної науки, належать до високотехнологічних процесів, реалізація яких потребує принципово нових форм і методів організації виробництва, застосування обладнання з програмним управлінням, комп'ютерних технологій і висококваліфікованого обслуговуючого

персоналу, а відповідно і значних капіталовкладень. Транснаціональні компанії на відміну від вітчизняних мають більше можливостей в сфері модернізації виробництва, застосування ресурсозберігаючих технологій і освоєння нових видів продукції.

Висновок. Отже, в ході аналізу нами виділено такі тенденції, притаманні розвитку олійно-жирового комплексу держави на сучасному етапі:

- експортна орієнтація;
- агропромислова інтеграція;
- консолідація галузі;
- зниження рентабельності галузі внаслідок надлишку виробничих потужностей і нестачі сировини;
- диференціація підприємств на «сильні» та «слабкі».

Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що на фоні високих темпів розвитку олійно-жирового комплексу України очевидним є відставання об'ємів виробництва насіння соняшнику і в майбутньому така тенденція збережеться. В значній мірі це зумовлено відставанням вітчизняної культури землеробства від світового рівня.

Задля запобігання можливим банкрутствам в умовах консолідації галузі і нестачі сировинних ресурсів необхідно створювати сировинні зони виробництва олійних культур навколо олієдобувних підприємств, зокрема тих, які знаходяться в регіонах, що не спеціалізуються на вирощуванні соняшнику. Альтернативою в такому випадку може стати ріпак.

Створення агропромислових формувань на базі олієдобувних виробництв і сільськогосподарських підприємств реально може сприяти стабільному розвитку олійно-жирового комплексу, адже галузь виробництва олії поєднує вирощування насіння олійних культур і виробництво олійно-жирової продукції.

Література

1. Андрійчук В. Агропромислова інтеграція – основа міжгалузевих відносин// Справочник економіста. – 2005. - № 1, - с. 26 – 30.
2. Капшук С. Пошук альтернативних джерел енергоносіїв у олійників// Агро перспектива. – 2006. - № 5. – с.23 – 25
3. Кухта В. Современное состояние и перспективы развития производственных возможностей мас лодобывающих предприятий Украины.// Сборник докладов «Масложировая промышленность - 2005». – 2005- с. 66 – 67.
4. Листопад В. Конъюнктура украинского рынка растительных масел.// Сборник докладов «Масложировая промышленность - 2005». – 2005- с. 14 – 19.
5. Марциновский В. Золотое семечко// Деловой. - №10. – 2006, с. 90 – 93
6. Олійно-жирова галузь України і Російської Федерації. Показники роботи за 2006 рік та січень 2007 року, 2006/07 МР. – Харків: УкрНДІОЖ, 2007 – 118 с.
7. Страшинська Л. Основні тенденції регіонального розвитку підприємств на ринку олії // Регіональна економіка. – 2005. - № 4, с. 79 - 85.
8. Струк Е. Кто собирает сливки с самого жирного рынка// Деловой. - №10. – 2006, с. 90 – 93
9. <http://www.ukrstat.gov.ua/>