

1. <http://kimo.univ.kiev.ua/МЕО/75.htm> «Основні теорії міжнародної торгівлі»
2. Барінов В.В., Скорик Г.І. «Державне регулювання економіки»
3. <http://uk.wikipedia.org/wiki/> «Платіжний баланс»
4. <http://znaimo.com.ua/> «Рахунок поточних операцій».

Рітікова К.О.
група ЕМРМ – 11
Науковий керівник – к.е.н.,доц. М.Л.Данилович-Кропивницька

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ В УКРАЇНІ

Галузь виробництва соняшникової олії України – одна із небагатьох, яка, навіть в умовах світової фінансово-економічної кризи, стрімко розвивається, є бюджетоформуючою, володіє потужним експортним потенціалом. Олійна продукція користується все зростаючим попитом на світовому ринку, що обумовлено двома основними факторами: переорієнтацією в структурі харчування населення на олії та жири рослинного походження через їх фізіологічні переваги і більш доступні ціни в порівнянні з тваринними жирами та динамічним ростом у світі виробництва біодизельного палива на основі олій на фоні прогресуючого росту цін на мінеральні енергоресурси і зменшення їх природних запасів.

Унікальні природно-кліматичні умови України дозволяють вирощувати соняшник практично на всій території України (окрім Волинської, Львівської та Рівненської областей). Але найбільш сприятливі землі степової зони, куди входить Кримська АР, Херсонська, Одеська, Запорізька, Миколаївська, Луганська, Донецька, Дніпропетровська та Кіровоградська області. 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% [1].

Оскільки Україна є одним із провідних виробників олії, то очевидним є високий рівень конкуренції, на ринку функціонує більш як 100 підприємств-виробників, з них 10 великих компаній, які контролюють близько 80% ринку, а частка ринку біля 20% розділена між рештою виробників. Конкуренцію на ринку олії можна охарактеризувати як жорстку, адже провідні гравці прагнуть закріпити своє положення за рахунок збільшення виробничих потужностей та поглинання більш дрібних виробників, що посилює боротьбу за доступ до сировини. В даній галузі здійснюється консолідація бізнесу, що в кінцевому рахунку призведе до зменшення кількості компаній, які діють в даній галузі. Враховуючи цю тенденцію, наприклад, ВАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» разом з ВАТ «Вінницький олійно-жировий комбінат»,

рядом заготівельних, збутових підприємств, а також власним автомобільним та залізничним парком об'єдналися в Промислову групу «Vioil», яка є єдиним переробником в Західній Україні, що надає їй ряд конкурентних переваг.

За лідерство на ринку змагаються дві 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», «Гапа»), «Пологовський МЕЗ» («Славія») та «Віктор і К» («Королівський смак»). Ці компанії займають суттєву частку ринку.

Потужну конкуренцію маркам виробників складають власні марки торговельних мереж («private label»). Серед них ТМ «Премія», «Фуршет», «Добрий кухар», «Bon Vie», «Eurogroup», «Сімка», «Natura Verde», «Аго» та ін. Частка власних марок постійно зростає, зокрема, у 2011 р. – 10% ринку, станом на 2012 р. – близько 22%.

Потенційно нові гравці на ринку не являють собою загрозу, адже вхідні бар'єри дуже високі, оскільки тут діють потужні національні та транснаціональні компанії, тому більшість гравців, які з'являються на ринку, зникають так само швидко, не переступаючи навіть річний рубіж свого життєвого циклу.

Постійне зростання вітчизняних потужностей з переробки насіння олійних культур в Україні створює конкурентне середовище та сприятливу цінову ситуацію як для сільськогосподарських товаровиробників, так і для переробників. Внаслідок цього, а також, враховуючи ситуацію на світовому ринку, на початку сезону 2011/2012 рр. не відбулося різкого зниження закупівельних цін на насіння соняшнику на противагу початку 2010/2011 рр. На споживчому ринку відбувається незначне підвищення цін на олію, індекс споживчих цін на олію у грудні 2011 року склав 101,7% [2].

Аналітики Grain Ukraine прогнозують зростання виробництва сирової соняшникової олії в Україні до рекордної позначки – 3-3,1 млн. т в 2012 році. У результаті – експорт олії може перевищити 2,6 млн.т, що на 100 тис.т більше показників торішнього сезону – 2,48 млн. т [3].

1. <http://www.agroua.net/> – «Аграрний сектор економіки».
2. <http://www.ukroilprom.org.ua/> – Офіційний сайт асоціації "Укроліяпром".
3. <http://agrobiznes.com.ua/> – «Український агропортал».

Руденко А.В.
група ЕМРм – 12

Науковий керівник – к.е.н., доц. М.Л.Данилович-Кропивницька

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА РИНКУ ВИРОБНИКІВ ПИВА В УКРАЇНІ