

СТАН І ПРОБЛЕМИ РИНКУ ЦУКРУ В УКРАЇНІ

© Боляновська Д.С., Бурак Є.І., Мамчин Р.О., Здрок О.В., 2010

Описано і проаналізовано сучасний стан ринку цукру в Україні. Визначено основні тенденції на світовому ринку цукру і в Україні. Окреслено основні слабкі місця у виробництві цукру в Україні і запропоновано напрями подолання кризових явищ у буряково-цукровому комплексі України. Висвітлено роль і значення держави у збереженні і подальшому розвитку вітчизняної буряково-цукрової галузі.

A modern market of sugar condition is described and analysed in Ukraine. Basic tendencies are certain in the world market of sugar and in Ukraine. Basic weak points are outlined in the production of sugar in Ukraine and directions of overcoming of the crisis phenomena are offered in beet – saccharine complex of Ukraine. A role and value of the state is reflected in maintenance and further development of domestic sugar-beet industry.

Постановка проблеми. У зв'язку з постійним загостренням конкуренції на товарних ринках важливо володіти адекватними відомостями про стан і динаміку попиту і пропозиції на відповідному товарному ринку, що можна отримати із його ґрунтового аналітичного дослідження.

Ринок цукру в Україні можна зарахувати до особливо важливої складової частини функціонування ринкової економіки загалом, оскільки цукрове виробництво належить до стратегічних галузей в аграрному комплексі нашої держави і його успішний розвиток може істотно вплинути на подолання негативних результатів економічної кризи, яка охопила сучасну українську економіку.

Системне дослідження ринку цукру в Україні з метою виявлення найважливіших і найхарактерніших чинників, які впливають на його зміни, дасть можливість запропонувати відповідні рекомендації, які сприятимуть одержанню певного позитивного ефекту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Враховуючи стратегічність цукрової галузі в українському агропромисловому комплексі, вітчизняні дослідники періодично здійснюють моніторинг ринку цукру як в Україні, так і за її межами. Дослідженню ринку цукру значну увагу приділили О. Варченко, Т. Шмідт, Т. Татаренко та ін.

Такі дослідження мають на меті виявити основні закономірності і тенденції, що складаються на аналізованому ринку й окреслити напрями можливих перетворень його розвитку для подолання негативних явищ, які відзначаються у вітчизняній цукровій галузі.

Формування цілей статті. Метою статті є дослідження ринку цукру в Україні і визначення основних тенденцій, які в найближчі роки домінуватимуть на ньому, а також виділення основних проблем, що виникають від незадовільного його функціонування та окреслення напрямів його подальшого успішного розвитку.

Виклад основного матеріалу. Цукрова галузь харчової промисловості є однією з провідних в Україні, а основний її продукт – цукор, як і зерно, здавна вважався стратегічним.

Цукор має важливе значення в харчуванні людей усього світу – є джерелом енергії, що зумовлено високим вмістом цукрози (99,5 – 99,9 %). Він легко і швидко засвоюється клітинами організму і потрібний для нормального функціонування печінки, мозку, живлення м'язів, особливо серцевого, зміцнення нервової системи. Споживання цукру рекомендується у межах 80–100 г на добу (30–35 кг на рік) однією особою. Надмірне споживання його може викликати або загострити такі захворювання, як цукровий діабет, атеросклероз, гіпертонію тощо. У різних країнах світу споживання цукру зумовлено певними чинниками; зокрема національними особливостями харчування, купівельною спроможністю населення тієї чи іншої країни, станом світового ринку тощо [1].

Цукор широко застосовують у кулінарії, кондитерській, хлібопекарській, лікєро-горілчаній, виноробній та інших галузях харчової промисловості.

Цукрова галузь є однією з основних галузей агропромислового комплексу – вона поєднує виробників сировини і виробників готової продукції, якою є цукор.

Нині в Україні ринок цієї цінної сировини вимагає всебічного вивчення з метою виявлення та усунення чинників, які негативно впливають на ринок основного продукту – цукру.

Основною сировиною для одержання цукру є цукрові буряки і цукрова тростина. В Україні переважають перші. Обсяг виробництва цукру в країні значною мірою залежить від валового збору цукрових буряків, їх врожайності та розміру площ, зайнятих під посівами (табл. 1). Так, якщо в 1990 році валовий збір цукрових буряків становив 44264 тис. т, то в 2008 році 13725 тис. т, що майже у три рази менше. Незважаючи на те, що впродовж 1990–2008 рр. щорічно площі під посівами буряків зменшувались, а врожаї зростали, валовий збір їх значно знижувався (табл. 1). Таке явище зумовлене, передусім, зниженням посівних площ під буряки, а це, своєю чергою, є важливим стратегічним питанням, тому необхідно розробити програму функціонування бурякової галузі, оскільки вона є стратегічною галуззю в аграрному комплексі, в іншому випадку галузь буде зруйнована.

Таблиця 1

Основні показники розвитку буряківництва в Україні [5]

Рік	Посівні площі, тис.т.	Урожайність, ц/га	Валовий збір буряків, тис. т.
1990	1605,0	276,0	44264
2000	747,0	177,0	13199
2001	970,3	182,6	15575
2002	897,0	189,3	14452
2003	773,4	201,2	13392
2004	732,0	238,3	16600
2005	652,0	248,2	15468
2006	789,0	285,0	22421
2007	584,0	292,0	14800
2008	350,0	354,7	13725

Зміни цих показників значною мірою впливають на обсяги виробництва цукру. Так, якщо в 2007 році було вироблено 1,85 млн. т цукру то в 2008 році 1,3 млн. т, що передусім зумовлено валовим збором сировини. В результаті зменшення обсягу сировини зменшувалися й інші показники основного продукту (рис. 1, 2).

Дані табл. 2 свідчать, що найбільші запаси цукру на початок і на кінець маркетингових років спостерігалися у 2003/2004, 2006/2007, 2007/2008 м.р. Найбільше експортовано цукру у 2002/2003, 2003/2004 м.р. Незважаючи на те, що Україна має давню традицію виробництва та експорту цукру, останніми роками, однак, цукрове виробництво в Україні істотно скоротилося. Цукрові заводи працюють збитково, а доходи від експорту цукру зійшли практично нанівець. Ця криза привела до глибокого занепаду буряківництва як провідної рослинницької галузі та руйнування матеріало-ресурсного потенціалу – цукрової промисловості. Крім того, Росія, яка саме тоді була нашим основним споживачем цього товару, ввела на нього високе ввізне мито – 40 % вартості [3, 9]. В результаті такого становища наші цукрові цукрозаводи відчули серйозні проблеми. Гостро забракло обігових коштів, переробка сировини почала провадитися виключно за давальницькими схемами, тобто обходитися без грошей.

Дані табл. 2 свідчать, що найбільші запаси цукру на початок і на кінець маркетингових років спостерігалися у 2003/2004, 2006/2007, 2007/2008 м.р. Найбільше експортовано цукру у 2002/2003, 2003/2004 м.р.

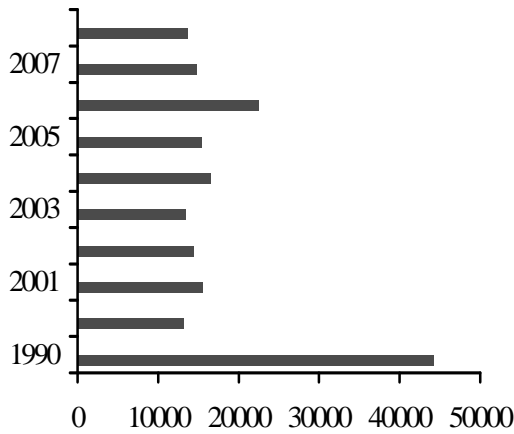


Рис. 1. Валовий збір цукрових буряків в Україні, тис. т

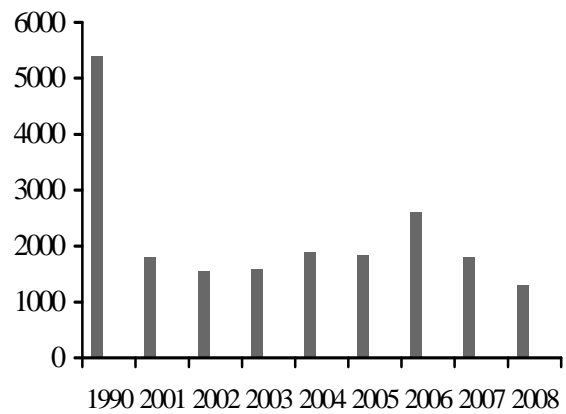


Рис. 2. Виробництво цукру в Україні, тис. т

Таблиця 2

**Основні показники розвитку ринку цукру в Україні
за період 2001/2002–2007/ 2008 м.р. [2]**

Маркетингові роки	Запаси на початок року, тис. т	Виробництво, тис. т	Імпорт, тис. т	Експорт, тис. т	Споживання, тис. т	Запаси на кінець року, тис. т
2001/2002	256	1790	250	90	2020	186
2002/2003	186	1550	1470	360	2350	496
2003/2004	496	1580	565	310	2150	181
2004/2005	181	1900	230	60	2100	151
2005/2006	151	1830	350	50	2100	181
2006/2007	468	2600	105	55	2580	688
2007/2008	800	1800	100	-	2400	200

Імпорт цукру в Україну надходить переважно з Росії, Білорусії, Польщі. Найбільший обсяг імпорту спостерігався у 2002/2003 м.р., а найменший – 2007/2008 м.р.

Отже, цукрове виробництво в Україні перетворилося з експортно-стратегічної галузі економіки на дотаційну, що реально загрожує неповним забезпеченням навіть власних потреб цим важливим продуктом.

Із валового збору буряків 2008 року можна виробити 1,3 млн. т цукру, тоді як потужності 100 переробних підприємств, що працюють, досягають 4 млн.т, тобто середній рівень забезпеченості заводів сировиною не перевищує 20–25 %.

В Україні є 39 цукрових заводів, забезпечених схемами переробки сирцю тростинного цукру, які давали змогу у попередні роки переробляти його обсягом до 2 млн. т.

Щоб не допустити “подорожчання” цукру в Україні, процес переробки тростинного цукру-сирцю, починаючи з 2000 до 2004 року, збільшувався. Були створені проекти законів про безмитне ввезення великих партій цукру-сирцю, окрім 260 тис. т, які Україна може щороку ввозити за умов ВТО [7].

Переважно цей цукор завозили нібито для переробки на давальницьких засадах. Проте після кожного ввезення великих партій цукру-сирцю ціна на власний буряковий цукор стрімко падала. Так, у 2000/2005 м.р. вона впала з 2,48 до 2,35 грн./кг, а у 2005/2006 м.р. – з 4,09 до 2,48 грн./кг і, отже, сприяла збагаченню цієї харчової галузі чужої держави.

Тому в 2006–2007 роках різко зменшилась переробка в Україні тростинного цукру-сирцю, а в 2008 році зовсім припинилася.

Останнім часом в Україну у все більших обсягах ввозяться синтетичні цукрозамінники, які широко використовуються у харчовій промисловості та витіснили значний сегмент ринку для

вітчизняного цукру. Проте використання цукрозамінників та синтетичних підсолоджувачів негативно впливає на стан здоров'я населення, особливо на дитячі організми, а також призводить до зменшення обсягів споживання природного бурякового цукру.



Рис. 3. Імпорт цукру-сирцю тростинного в Україну, тис. т [5]

Починаючи з 2006 року, для вітчизняної цукрової галузі характерні такі негативні наслідки:

- деструктивно впливає на роботу цукрових заводів, на їх фінансовий стан. Це потребує збільшення обсягів коштів для закупівлі цукрових буряків у товаровиробників, яких цукрові заводи не мають [8];

- збільшує собівартість виробленого цукру. Сезонне збільшення пропозиції цукру на ринку на початку сезону плюс запаси цукру неминуче призведе до падіння внутрішніх цін на цукор та подальшого відходу внутрішнього ринку в тінь;

- знижує споживчий потенціал ринку за рахунок зменшення попиту промислових споживачів, що призводить до подальшого падіння обсягу виробництва і вирощування цукрових буряків в Україні.

Отже, ринок цукру в Україні потребує істотних змін з боку держави, а саме введення пільг, державних дотацій та інших заходів з метою збільшення посівних площ України і врожайності цукрових буряків, що є головною сировиною для виробництва цього продукту.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Для збереження вітчизняного бурякоцукрового комплексу, на наш погляд, необхідно вирішити такі проблемні питання:

- прийняти Комплексну державну програму реструктуризації та розвитку вітчизняної бурякоцукрової галузі;

- продовжити практику компенсації частини відсоткової ставки за кредитами сільськогосподарським і переробним підприємствам та фірмам, що фінансують бурякоздавачів, а також передбачити компенсацію відсоткової ставки за кредитами, залученими для закупівлі сучасної імпоротної техніки та обладнання для підприємств харчової промисловості, надати відтермінування сплати ПДВ для введення такого обладнання в дію;

- вдосконалити систему оподаткування вітчизняної цукрової промисловості як галузі з сезонним виробництвом;

- а у зв'язку зі вступом України в ВТО забезпечити вітчизняну бурякоцукрову галузь повним комплексом науково-технічних документів, гармонізованих з нормальними міжнародними стандартами.

- з метою науково обґрунтованого супроводу цукрової галузі відновити роботу науково-дослідного інституту цукрової промисловості;
- запровадити нетарифні методи захисту внутрішнього ринку від імпорту цукру, цукровмісних продуктів, цукрозамінників.

1. Азбука харчування. Раціональне харчування: А35 Довідник / За ред. Г.І. Столматової, І.О. Мартинюка. – Львів: Світ, 1991. – 200 с. 2. БИЗНЕС № 9 от 24.03.08 г. Тенденции. 3. БИКИ № 1–2 (8947–8948) 10.01.2006. Основные показатели мирового рынка сахара. 4. БИКИ №65(9011) от 10 июня 2006 года. – С. 10–11, № 12 (8957–8958) от 31 января 2006 года, С. 10. 5. Статистичний щорічник України за 2006 рік. – К.: Консультант, 2008. 6. Розміщення продуктивних сил України / С.І. Дорогуцьов, Ю.І. Пітюренко. – К.: КНЕУ, 2000. 7. Варченко О.М. Система аграрного маркетингу бурякоцукрової галузі // Вісник Львівського державного аграрного університету. Сер. “Економіка АПК.” – 2001. – № 8. – С. 304–310. 8. Варченко О.М. Обґрунтування потреби забезпечення населення цукром та попиту на нього // Актуальні проблеми економіки. – 2001. – № 12. – С. 137–142.

УДК 658:001.895

Я.В. Демків

Національний університет “Львівська політехніка”

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ НА ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ РИНКАХ

© Демків Я.В., 2010

Розглянуто основні тенденції розвитку стратегічного маркетингу на сучасному етапі. Проаналізовано особливості формування маркетингових стратегій з урахуванням сучасних напрямів розвитку стратегічного маркетингу. Розглянуто основні групи маркетингових стратегій на ринках високотехнологічних товарів. Виділено основні чинники, які необхідно враховувати під час розроблення маркетингової стратегії підприємства, що діє або планує вийти на ринок високотехнологічних товарів.

Basic strategic marketing trends are considered on the modern stage. The marketing strategies forming features are analysed taking into account modern directions of development of the strategic marketing. The basic groups of marketing strategies in the markets of high technology products are considered. Basic factors, which must be taken into account while developing enterprise's marketing strategy in high technology markets, are selected.

Постановка проблеми. Згідно з [1] застосування стратегічного підходу до маркетингової діяльності підприємств – не просто данина управлінській моді, а нагальна потреба підприємств, яку вже по-справжньому відчувають національні виробники. Якість стратегічного маркетингового рішення визначає якість й ефективність на наступних стадіях. Ефективність інвестицій у стратегічний маркетинг визначається співвідношенням: 1:10:100:1000, де “1” – кошти, вкладені у стратегічний маркетинг, “10” – економія від підвищення якості рішення на стадії НДДКР, “100” – економія на стадії виробництва, “1000” – економія у сфері експлуатації об’єкта [2, с. 205] Потреба розвитку стратегічного маркетингу у високотехнологічних галузях посилюється у зв’язку з низькою конкурентоспроможністю більшості українських високотехнологічних товарів як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках, нестачею на ринку праці України висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу технологій та високотехнологічних товарів тощо.