



Г. О. Семів¹, С. Р. Семів², М. М. Чех²

¹ Національна академія сухопутних військ ім. гетьмана Петра Сагайдачного, м. Львів, Україна

² Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, Україна

ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ СВІТЛИХ НАФТОПРОДУКТІВ

Систематизовано проблеми, закономірності та фактори формування середовища конкуренції на українському ринку світлич нафтопродуктів (бензину та дизельного пального), виявлено особливості його взаємодії з іншими ринками та галузями національної економіки. Узагальнено дестабілізаційні чинники розвитку вітчизняного ринку автомобільного пального, серед яких найістотнішими є надмірна залежність від імпортних поставок, цінова нестабільність в умовах різких коливань валютного курсу, згортання власного виробництва пального й обсягів перероблення нафти, поширення тіньових операцій на ринку. Проаналізовано показники збалансованості конкурентного середовища на вітчизняному ринку світлич нафтопродуктів. На основі отриманих розрахунків зроблено висновок про характер наявної моделі конкуренції на вітчизняному ринку автомобільного пального. Обґрунтовано соціально орієнтовану модель розвитку середовища конкуренції на вітчизняному ринку світлич нафтопродуктів, в якій ринкова стратегія операторів ринку спрямована на побудову соціально відповідального бізнесу. Визначено пріоритети збалансування інтересів держави, підприємницького середовища і споживачів на вітчизняному ринку світлич нафтопродуктів. Наголошено на важливості розвитку вітчизняного ринку альтернативних видів автомобільного пального.

Ключові слова: середовище конкуренції; ринок автомобільного пального; соціально орієнтований бізнес; модель конкуренції.

Вступ. Складні і суперечливі процеси формування конкурентного середовища на вітчизняному ринку світлич нафтопродуктів (бензину та газойлів) відбуваються під впливом цілої низки проблем внутрішнього та зовнішнього характеру. На рівень збалансованості і сприятливості конкурентного середовища на ринку значний вплив мають непрозорість економічних відносин, нестабільність зовнішніх та внутрішніх цін, надмірна залежність від імпорту автомобільного пального, намагання іноземного капіталу впливати на економічні процеси, застарілість матеріально-технічної бази українських нафтопереробних комплексів (НПК), неефективність державного регулювання в умовах посилення підприємницької діяльності поза межами офіційної економіки. Таким чином, посилюється потреба в систематизації чинників формування конкурентного середовища на вітчизняному ринку світлич нафтопродуктів, розробленні механізму дієвого впливу на ефективність функціонування ринку, зокрема в частині обслуговування та задоволення потреб споживачів пального. У цьому контексті погоджуємося з думкою К. К. Прахалада та В. Рамасвами (Pralhad & Ramaswamy, 2004), які визначають перспективну архітектуру конкурентного середовища на основі формування активної співпраці підприємств та покупців шляхом вільного оперування тех-

нологіями з метою спільного творення цінності.

Значний внесок у дослідження проблем формування конкурентного середовища на національному та зовнішньому ринках світлич нафтопродуктів здійснили такі вітчизняні та зарубіжні економісти, як: П. Балаж, А. Лондарев (Baláz & Londarev, 2005), С. Бейгер (Bejger, 2016), А. Єріна, В. Лесик (Yerina & Lesyk, 2005), В.П. Оліфіров, А.М. Остапко (Olifirov & Ostapko, 2011), Д. Ротару (Rotaru, 2014), М. Стреніна (Strenina, 2017), Г.Л. Рябцев (Riabtsev, 2013) та ін. Проте ще недостатньо мірою висвітлено шляхи формування середовища конкуренції на вітчизняному ринку світлич нафтопродуктів в умовах зміни кон'юнктури зовнішнього ринку, обґрунтовано можливі позитивні та негативні наслідки цих процесів для діяльності вітчизняних підприємств ключових галузей національної економіки.

Мета дослідження – системна оцінка стану конкурентного середовища на українському ринку світлич нафтопродуктів та обґрунтування науково-практичних рекомендацій щодо стимулювання його розвитку.

Результати дослідження та їх обговорення. Характер структурних змін у середовищі конкуренції на українському ринку світлич нафтопродуктів за останні 10 років проявляється у спаді частки продажу продукції вітчизняного виробництва у роздрібній торговельній

Інформація про авторів:

Семів Галина Олександрівна, канд. екон. наук, доцент. Email: galinasemiv1985@gmail.com

Семів Сергій Романович, канд. екон. наук, доцент. Email: centercoop@gmail.com

Чех Мирослава Михайлівна, канд. екон. наук, доцент. Email: mirachekh@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Семів Г. О., Семів С. Р., Чех М. М. Оцінювання стану конкурентного середовища на Українському ринку світлич нафтопродуктів. Науковий вісник НЛТУ України. 2017. Вип. 27(7). С. 118–121.

Citation APA: Semiv, G. O., Semiv, S. R., & Chekh, M. M. (2017). Evaluation of the Competitive Environment on Ukrainian Oil Products Market. *Scientific Bulletin of UNFU*, 27(7), 118–121. <https://doi.org/10.15421/40270722>

мережі (згідно з даними Державної служби статистики у 2016 р. частка продажу бензину та дизпалива вітчизняного виробництва становила відповідно 61,7 % та 53,6 %), зменшенні рівня перероблення нафти на вітчизняних нафтопереробних комплексах (НПК) (у 2016 р. рівень перероблення нафти становив лише 19 % від

рівня 2006 р.), падінні вітчизняного виробництва бензину та дизельного пального (у 2016 р. рівень виробництва становив відповідно 18,6 % та 16,6 % від рівня 2006 р.), стрімкому зростанні роздрібних цін бензину (593 % у 2016 р. до рівня 2006 р.) (табл. 1).

Табл. 1. Показники структурних змін у середовищі конкуренції на ринку світлих нафтопродуктів України у 2006-2016 рр.

Показник	Рік										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Частка продажу нафтопродуктів вітчизняного виробництва на АЗС, на початок року:											
– бензину моторного, %	96,5	98,6	97,3	92,0	88,0	83,4	79,0	68,7	63,6	59,1	61,7
– дизпалива, %	99,7	99,4	98,5	94,4	88,1	83,3	74,6	66,0	63,1	56,5	53,6
Переробка нафти на вітчизняних НПК (2006 р. = 100 %)	100	96,9	73,7	80,9	78,0	63,6	32,1	23,7	18,5	18,0	19,0
Виробництво нафтопродуктів на вітчизняних НПК (2006 р. = 100 %):											
– бензину моторного, %	100	105,9	81,9	86,0	78,6	72,3	41,5	24,5	14,4	16,9	18,6
– дизпалива, %	100	97,3	76,4	82,0	79,6	62,6	32,4	22,6	13,4	14,8	16,6
Середні ціни на бензин марки А-95 (2006 р. = 100 %)	100	107,2	157,2	170,5	200,6	253,1	266,6	272,0	363,2	552,4	593,2

Примітка: розраховали автори за даними Державної служби статистики України.

На нашу думку, частка імпоротної продукції на вітчизняному ринку автомобільного пального фактично є значно вищою, ніж це декларують офіційні статистичні дані, що можна пояснити поширенням контрабандних поставок і тіншової діяльності на внутрішньому ринку. Численні оцінки експертів, згідно з якими частка імпоротної продукції на ринку автомобільного пального становить близько 75-80 %, підтверджуються відповідними показниками спаду обсягів перероблення нафти, скорочення виробництва бензину і газойлів вітчизняними підприємствами. Наявний стан справ не сприяє формуванню прозорого і цивілізованого конкурентного середовища на вітчизняному ринку світлих нафтопродуктів, призводить до спаду конкурентоспроможності вітчизняних виробників і скорочення надходжень до державного бюджету, зменшує рівень інвестиційної привабливості та енергетичної безпеки національної економіки.

Конкурентне середовище можна оцінювати за рівнем збалансованості як сприятливе та несприятливе. На нашу думку, рівень сприятливості конкурентного середовища на вітчизняному ринку світлих нафтопродуктів може різнитися для різних груп економічних суб'єктів – для держави, вітчизняних виробників, власників роздрібних мереж АЗС, інвесторів, імпортерів та споживачів. При цьому може виникати конфлікт інтересів – наприклад, привабливість конкурентного середовища для імпортерів пального не завжди може означати сприятливість для виробників, і навпаки. Загалом можна зробити висновок про відсутність єдиного методичного підходу до якісного аналізу та кількісної оцінки конкурентного середовища. У наукових публікаціях аналіз конкурентного середовища часто ототожнюється з аналізом ринку та розвитку маркетингового середовища на ньому. Тому аналіз конкурентного середовища на вітчизняному ринку світлих нафтопродуктів повинен мати комплексний та системний характер та враховувати вплив широкого кола факторів внутрішнього та зовнішнього характеру.

Зупинимось детальніше на кількісній оцінці конкурентного середовища на роздрібному ринку світлих нафтопродуктів згідно з методикою Антимонопольного комітету України (АМК), яку викладено у Тимчасових методичних рекомендаціях щодо визначення основних типів товарних ринків. Зважаючи на відсутність вичер-

пної та достовірної інформації про рівень продажу окремих компаній, для розрахунку частки ринку окремих мереж АЗС використано дані про кількість АЗС під 1 брендом, що узгоджується з пунктом 11.2 рекомендацій АМК. Аналіз отриманих результатів розрахунків (табл. 2) свідчить, що жоден із учасників вітчизняного роздрібного ринку світлих нафтопродуктів не має монопольного (домінантного) становища на ринку, оскільки частка лідера ринку (мереж АЗС групи "Приват") не перевищує 35 % ринку, частка перших трьох лідерів ринку – не перевищує 50 % і частка перших п'яти лідерів ринку – не перевищує 70 %.

Табл. 2. Показники розвитку конкурентного середовища на українському ринку світлих нафтопродуктів у 2016 р.

№ з/п	Показник	Значення показника
1	Ринкова частка підприємства на ринку (за кількістю АЗС):	
	– АЗС групи "Приват", %	22,57
	– АЗС "Укрнафта", %	7,76
	– АНП, %	6,34
	– Авіас, %	5,55
	– Sentosa oil, %	1,71
	– WOG, %	5,73
	– ОККО, %	5,00
	– Amic, %	3,25
	– Shell, %	2,29
	– ТНК, %	2,11
	– БРСМ, %	1,88
2	Коефіцієнт ринкової концентрації – сукупна ринкова частка лідерів ринку:	
	– найбільшого учасника ринку (за кількістю АЗС), %	22,57
	– перших 3 лідерів ринку (за кількістю АЗС), %	33,30
	– перших 5 лідерів ринку (за кількістю АЗС), %	38,84
	– перших 7 лідерів ринку (за кількістю АЗС), %	39,89
3	Індекс Герфіндаля-Гіршмана	0,11626678
4	Ступінь відкритості ринку, %	37

Примітка: розраховали автори.

Водночас можна стверджувати про існування монопольного (домінантного) становища на ринку окремих вітчизняних імпортерів світлих нафтопродуктів, частка яких на гуртовому ринку в окремі роки перевищувала 70-80 %. Сьогодні домінантне становище на вітчизня-

ному ринку мають білоруські виробники бензинового та дизельного пального, частка яких у вітчизняному імпорті становить 50-60 %.

Значення індексу Герфіндаля-Гіршмана (0,11626678) свідчить, що на вітчизняному роздрібному ринку світлич нафтопродуктів спостерігається середня (помірна) концентрація бізнесу (індекс становить в межах від 0,1 до 0,18), а отже, існує середній рівень конкуренції і середній рівень ризиків для споживачів. Ступінь відкритості українського ринку бензинового та дизельного пального (частка імпортової продукції на ринку – 37 %) свідчить, що, враховуючи додаткові потоки контрабандних поставок на внутрішній ринок, обсяги імпорту перевищують 40 % і тому вплив закордонних продавців, постачальників, виробників на становище на ринку є високим.

Сучасний ринок світлич нафтопродуктів в Україні відіграє вагомий роль у формуванні ефективної взаємодії між ключовими ринками та галузями національної економіки. Найбільшим споживачами пального у країні, поряд з населенням, є такі стратегічно важливі галузі, як: сільське господарство, транспорт та зв'язок, переробна промисловість, будівництво, добувна промисловість та торгівля. Реалізація світлич нафтопродуктів займає найбільшу частку у роздрібному товарообороті України, що свідчить про важливість ринку пального у структурі загальних споживчих витрат, наповненні державного бюджету, формуванні зайнятості населення, розвитку інфраструктури роздрібною продажу товарів. Це зумовлює потребу посилення уваги держави до збалансування конкурентного середовища на цьому ринку і важливість розроблення механізму ефективної його взаємодії з іншими ринками й галузями економіки.

Відповідно до пріоритетів, цілей і завдань Енергетичної стратегії України до 2030 р., необхідно запровадити справедливую конкуренцію на ринку і на цих засадах збалансувати інтереси держави, енергетичних компаній та споживачів енергоресурсів, забезпечити соціальну стабільність та високий рівень екологічної безпеки. Збалансування конкурентного середовища дасть змогу досягнути таких ефектів для національного господарства:

- збалансування внутрішнього ринку світлич нафтопродуктів і інтересів його суб'єктів;
- посилення економічної стабільності на інших ринках та в інших галузях економіки;
- підвищення стандартів споживання та якості обслуговування споживачів бензинового та дизельного пального;
- зменшення імпортової залежності країни, покращання інвестиційної привабливості ринку;
- досягнення сталого розвитку економіки;
- посилення енергетичної та економічної безпеки держави.

В умовах загострення кризових тенденцій у світовій та вітчизняній економіці, потребі трансформації економіки України до європейських стандартів, пріоритетним напрямом розвитку вітчизняного ринку світлич нафтопродуктів є реалізація моделі соціально орієнтованого його розвитку. Зарубіжний досвід, особливо країн Західної та Північної Європи (зокрема Норвегії), переконливо доводить можливість реалізації соціально відповідальної моделі ведення бізнесу на ринку світлич нафтопродуктів, за якої відбувається перехід від ведення бізнесу, орієнтованого на прибуток, до соціально орієнтованого бізнесу. При цьому інтереси споживачів

мають бути збалансованими з інтересами держави та представників бізнесу у сфері видобутку, перероблення, збуту і реалізації нафтопродуктів.

Виходячи з реалій розвитку вітчизняного ринку світлич нафтопродуктів можна стверджувати, що сьогодні конкурентне середовище на цьому ринку є найбільш сприятливим передусім для імпортерів та власників мереж АЗС. На нашу думку, конкурентне середовище повинно стати найсприятливішим насамперед для споживачів, інтереси яких необхідно у першу чергу враховувати всім операторам ринку. Разом з тим, у період реформування та структурних змін на ринку пального на перше місце можуть ставитися економічні інтереси держави як необхідна умова посилення енергетичної, економічної та екологічної безпеки. До інтересів держави та суспільства також відносимо забезпечення високого рівня екології в країні. Необхідною передумовою таких структурних трансформацій на ринку є зменшення рівня корупції та проявів тіньової економіки.

На нашу думку, під час формування соціально орієнтованого конкурентного середовища вітчизняним операторам ринку світлич нафтопродуктів потрібно реалізовувати моделі соціально відповідального бізнесу не лише стосовно власного персоналу та акціонерів, але й розширювати практику задоволення соціальних інтересів споживачів, регіону діяльності чи місцевої громади. Вже сьогодні провідні підприємства, що працюють у сфері виробництва та збуту світлич нафтопродуктів, усвідомлюють, що реалізація принципів соціальної відповідальності та партнерства позитивно впливає на власний імідж, репутацію та лояльність клієнтів. Соціальні принципи починають ставати частиною бізнес-стратегій та оперативних завдань діяльності підприємств, про що свідчать нефінансові звіти деяких вітчизняних корпорацій. При цьому серед мереж вітчизняних АЗС поширюється практика тіснішої співпраці з місцевими громадами для вирішення локальних проблем, створення нових робочих місць для місцевого населення, молоді, жінок, людей з особливими потребами, проводять благодійні та волонтерські заходи (благодійні аукціони, збір коштів, речей, дитячих книг тощо), екологічні акції (висадка дерев, прибирання територій, запровадження практики "зелений офіс" тощо), поширюється практика меценатства, спонсорства та патронажу.

Висновки. Для розвитку конкурентного середовища на вітчизняному ринку світлич нафтопродуктів важливо стимулювати справедливую конкуренцію на ринку і на цих засадах збалансувати інтереси держави, енергетичних компаній та споживачів енергоресурсів, забезпечити соціальну стабільність та високий рівень екологічної безпеки. Вирішення цього завдання можливе через реалізацію моделі соціально орієнтованого конкурентного середовища на ринку світлич нафтопродуктів, що дасть змогу зменшити циклічні прояви світової фінансової кризи, сприятиме трансформації економіки України до рівня європейських стандартів. Першочерговими завданнями державного регулювання конкурентного середовища на вітчизняному ринку світлич нафтопродуктів повинні стати адаптація та впровадження в Україні зарубіжного досвіду регулювання цього ринку; вдосконалення антимонопольної (конкурентної) політики; оптимізація обсягів імпорту нафтопродуктів та активності ТНК на цьому ринку; стимулювання інвести-

ційної та інноваційної діяльності НПК; усунення загроз надмірної присутності іноземного капіталу; оптимізація оподаткування власників транспортних засобів; розвиток нових шляхів транспортування нафти. Перспективним напрямом досліджень є розроблення механізмів збалансування конкурентного середовища шляхом розвитку ринку альтернативних видів автомобільного пального, який необхідно впроваджувати на основі адаптації європейського досвіду регулювання та стимулювання ринку.

Перелік використаних джерел

- Baláz, P., & Londarev, A. (2005). The Oil Market – the Important Phenomena of the Globalisation of the World Economy? *Ekonomický časopis*, 53(9), 861–879.
- Bejger, S. (2016). Theoretical Model of Pricing Behavior on the Polish Wholesale Fuel Market. *Folia Oeconomica Stetinensia*, 16(1), 286–300. <https://doi.org/10.1515/foli-2016-0019>
- Olifirov, V. P., & Ostapko, A. M. (2011). *Torhivlia naftoiu ta naftoproduktamy* [Trade in oil and oil products]. Donetsk: DonNUET. [in Ukrainian].

- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). *The Future of Competition: Co-Creating Unique Value With Customers*. Boston: Harvard Business School Publishing.
- Riabtsev, H. L. (2013). Modeliuvannia rynku naftoproduktiv Ukrainy dlia formuvannia derzhavnoi polityky joho rozvytku [Modeling of the oil market Ukraine for forming of public policy of its development]. *Publichne upravlinnia: teoriia ta praktyka* [Public Administration: Theory and Practice], 1, 115–121. [in Ukrainian].
- Rotaru, D. V. (2014). Specifics of the energy markets. *CES Working Papers*, 16, 76–85.
- Strenina, M. (2017). The World Market of Energy Resources: Problems and Trends. *Revue Européenne du Droit Social*, 34(1), 117–122.
- Yerina, A., & Lesyk, V. (2005). Price dynamics on the mineral oil market: reasons and consequences for the Ukrainian economy. *A Comparative Analysis of the Socio-economic Consequences of Transition Processes in Central and Eastern European Countries. Proceedings of the 12th Polish-Slovak-Ukrainian Scientific Seminar*, (pp. 39–46), November 8–10. Krynica: Krakow University of Economics, Poland.

Г. А. Семив¹, С. Р. Семив², М. М. Чех²

*Національна академія сухопутних військ ім. гетьмана Петра Сагайдачного, г. Львів, Україна
Львівський торгово-економічний університет, г. Львів, Україна*

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА УКРАИНСКОМ РЫНКЕ СВЕТЛЫХ НЕФТЕПРОДУКТОВ

Систематизированы проблемы, закономерности и факторы формирования среды конкуренции на украинском рынке светлых нефтепродуктов (бензина и дизельного топлива), выявлены особенности его взаимодействия с другими рынками и отраслями национальной экономики. Обобщены дестабилизирующие факторы развития украинского рынка автомобильного топлива, среди которых наиболее существенными являются чрезмерная зависимость от импортных поставок, ценовая нестабильность в условиях резких колебаний валютного курса, свертывание собственного производства горючего и объемов переработки нефти, распространение теневых операций на рынке. Проанализированы показатели сбалансированности конкурентной среды на украинском рынке светлых нефтепродуктов. На основе полученных расчетов сделан вывод о характере существующей модели конкуренции на украинском рынке автомобильного топлива. Обоснована социально ориентированная модель развития среды конкуренции на украинском рынке светлых нефтепродуктов, в которой рыночная стратегия операторов рынка направлена на построение социально ответственного бизнеса. Определены приоритеты сбалансирования интересов государства, предпринимательской среды и потребителей на украинском рынке светлых нефтепродуктов. Подчеркнута важность развития украинского рынка альтернативных видов автомобильного топлива.

Ключевые слова: среда конкуренции; рынок автомобильного топлива; социально ориентированный бизнес; модель конкуренции.

G. O. Semiv¹, S. R. Semiv², M. M. Chekh²

*Hetman Petro Sahaidachnyi National Army Academy, Lviv, Ukraine
Lviv University of Trade and Economics, Lviv, Ukraine*

EVALUATION OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT ON UKRAINIAN OIL PRODUCTS MARKET

Investigation of the current situation of the Ukrainian market of motor fuels requires a systematic analysis of the formation of a competitive environment as its state increasingly affects the level of socio-economic development of the country and its regions. The authors have systematized the problems, patterns and environmental factors of competition on the Ukrainian market of gasoline and diesel fuel, and also identified the features of its interaction with other markets and sectors of the national economy. The study has identified the main destabilizing factors in the development of the Ukrainian market of motor fuel such as excessive dependence on imports, price volatility and opaque pricing in conditions of sharp exchange rate fluctuations, reduction of domestic production and consumption volumes of oil processing, and distribution of shadow market transactions. Moreover, the indicators of favourable balance and competitive environment in the Ukrainian market of light petroleum products, such as market concentration ratio, the Herfindahl-Hirschman index and the degree of market opening are calculated. The investigation proves that a significant impact of monopolies and "oligopolistic arrangements" is observed at the light oil market of Ukraine. Consequently, the authors have estimated that the existing problems of the market are not conducive to the formation of a civilized and transparent competitive environment in the domestic market of light petroleum products, cause to a reduction in government revenue and reduce the level of investment attractiveness of the national economy. Furthermore, we have determined balancing priorities of interests of the state, the business environment and consumers on the Ukrainian market of light petroleum products. The benefits of the study is justification of the socially oriented model of competitive environment on the Ukrainian market of light petroleum products, taking into account the empirical results and world experience of state regulation of motor fuel market. In this model, the market operators' strategy is focused not on maximizing profits and increasing market power, but on building of socially responsible business. Thus, our further research should focus on the assessment of the impact of alternative fuels distributing on the competitive environment on the Ukrainian market of motor fuel.

Keywords: competition environment; market of motor fuel; social-oriented business; competition model.