

УДК 339.166.82

О. О. Вербицька,
аспірант кафедри обліку і аудиту,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0190-6181>

DOI: 10.32702/2306-6792.2022.23.80

АГРАРНІ КОМПАНІЇ США НА ГЛОБАЛЬНОМУ ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

O. Verbyts'ka,
Postgraduate student of the Department of Accounting and Audit,
State Higher Educational Institution Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

AGRICULTURAL COMPANIES OF THE USA ON THE GLOBAL FOOD MARKET

В сучасних умовах аграрні компанії США вирізняються високою продуктивністю праці, вузькою порайонною спеціалізацією, різко вираженим глобальним характером виробництва продуктів з високою доданою вартістю, висхідним рівнем розвитку капіталістичних відносин. Всі ці умови, в комплексі зі сприятливими природними умовами та особливостями соціально-історичного розвитку, дозволили сформуватися у США цілому прошарку компаній-лідерів глобального продовольчого ринку. Відтак, стаття зорієнтована на дослідження особливостей функціонування та змісту факторів, що сприяють посиленню ролі аграрних компаній США на глобальному продовольчому ринку. У межах дослідження розглянуто сутність глобального продовольчого ринку як середовище функціонування галузей аграрної сфери та залежних соціально-економічних відносин, що зачіпають виробництво харчових продуктів та доведення їх до споживача. Констатовано, що провідна роль аграрних компаній США пов'язана із вкрай специфічними факторами, що визначають їх функціональність та прибутковість на глобальному продовольчому ринку, серед яких: значна диверсифікація за напрямками виробничої діяльності; значна диверсифікація за територіальною ознакою. Доведено, що диверсифікація за напрямками виробничої діяльності орієнтована на широке охоплення аграрного виробництва для підвищення доданої вартості готової продукції. При цьому базовими цілями диверсифікації діяльності за напрямками виробничої діяльності аграрних компаній США є: завоювання нових сегментів глобального продовольчого ринку; максимальне розширення асортименту сировини та продукції, що виробляються; адаптація виробництва потребам продовольчого ринку тощо. Звернено увагу, що диверсифікація за територіальною ознакою, орієнтована на широке охоплення продовольчого ринку шляхом географічного розподілу виторгу та нових областей діяльності, що можуть не мати очевидних зв'язків з наявними сферами бізнесу. За розподілом їх виторгу вона може мати наступну специфіку: зв'язний розподіл коштом передачі й розподілу ресурсів, реконструювання; незв'язний, коштом реконструювання в новій області діяльності. Перспективи подальших розвідок у даному напрямі полягають у розробці моделі розвитку глобального продовольчого ринку з урахуванням висхідної ролі аграрних компаній США.

In modern conditions, United States agricultural companies are characterized by high labor productivity, narrow regional specialization, sharply expressed nature of the production of products with high added value, and increasing level of development of capital relations. All these conditions, in combination with favorable natural conditions and peculiarities of social and historical development, allowed forming in the USA a whole layer of companies-leaders in the global food market. Thus, the article is focused on the study of peculiarities of functioning and content of factors that contribute to strengthening the role of United States agricultural companies in the global food market. The study considers the essence of the global food market as an environment of functioning of agricultural sectors and dependent socio-economic relations, which affect food production and bring them to the consumer. The author states that the leading role of U.S. agricultural companies is connected with extremely specific factors determining their functionality and profitability

in the global food market, among which are: significant diversification in the areas of production activity; significant diversification in the area. It is proved that diversification in the directions of production activity is oriented on broad coverage of agricultural production to increase the added value of finished products. At the same time, the basic objectives of diversification of activities in the areas of production activity of United States agricultural companies are: winning new segments of the global food market; maximum expansion of the range of raw materials and products produced; adaptation of production to the needs of the food market, etc. It is noted that diversification on a territorial basis, oriented on broad coverage of the food market due to the geographical distribution of proceeds on new areas of activity, which may not have obvious connections with existing spheres of business. The distribution of their development may have the following specificity: 1) the connection distribution using transfer and distribution of resources, and reconstruction; 2) the unconnected by reconstruction in the new field of activity. The prospects for further developments in this area lie in the development of a model of global food market development taking into account the growing role of United States agricultural companies.

Ключові слова: диверсифікація, асортименту сировини та продукції, виторг, реконструювання, області діяльності.

Key words: diversification, assortment of raw materials and products, development, reconstruction, fields of activity.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У сучасних умовах аграрні компанії США вирізняються високою продуктивністю праці, вузькою порайонною спеціалізацією, різко вираженим глобальним характером виробництва продуктів з високою доданою вартістю, висхідним рівнем розвитку капіталістичних відносин. Всі ці умови, в комплексі зі сприятливими природними умовами та особливостями соціально-історичного розвитку, дозволили сформуватися у США цілому прошарку компаній-лідерів глобального продовольчого ринку, серед яких Bunge Limited (один з лідерів світового зернового ринку, найбільший у світі постачальник сої, найбільший у світі виробник олії), Cargill Inc. (один з лідерів світового зернового ринку, найбільший у світі постачальник зерна, олії, цукру, какао-продуктів, яловичини, свинини, м'яса індички та ін.), Chiquita Brands International (виробник бананів та інших харчових продуктів під брендом Chiquita), Corteva Inc. (один з лідерів світового ринку насіння сільськогосподарських культур стійких до гербіцидів, шкідників та несприятливих погодних умов), Pioneer Hi-Bred International Inc. (один з лідерів світового ринку насіння кукурудзи, соняшнику, сої, сорго та деяких інших культур) тощо. За базовими показниками та сферами діяльності наведених суб'єктів економічної діяльності, очевидно, що саме аграрні компанії

США найбільш сильно впливають на продовольчу безпеку світу та його поточну забезпеченість базовими харчовими продуктами, сировиною, однак за винятком деяких культур (серед яких ті, що вирощуються в тропічному поясі).

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Серед базових досліджень, в яких започатковано розв'язання проблеми ідентифікації особливостей розвитку глобального продовольчого ринку та його ключових гравців нами виділені напрацювання: Звягінцева О.Б. [3], Пучкова Е.Е. [5], Постоєнко К.І. [4], Бочарова Ю.Г. [1] та інших. Разом з тим, проблемним є те, що окреслені праці присвячені переважно конкретизації змісту продовольчого ринку, як економічної категорії або аналізу рівня концентрації та особливостей конкуренції на світовому ринку продовольства. При цьому, хоча окреслені науковці виділяють аграрні компанії США як базових гравців, особливості їх функціонування та фактори, що впливають на посилення їх ролі у розвитку світового ринку продовольства залишаються поза увагою сучасної наукової спільноти. Відтак, хоча автор і спирався на окреслені вище праці, однак додатково орієнтувався на джерела, що містять дані, щодо найбільших аграрних компаній США та фактори, що визначають їх функціональність та прибутковість на глобальному продовольчому ринку [6].

Таблиця 1. Сучасні визначення продовольчого ринку, що наявні у науковій літературі

Підхід	Зміст визначення	Конкретизація змісту
Звягінцева О.Б. [3]	ринок сільськогосподарських підприємств, що виробляють продукцію без переробки або для підприємств харчової промисловості	взаємопов'язане функціонування галузей аграрної сфери, з метою виробництва продуктів харчування та доведення їх до споживача.
Пучкова Е.Е. [5]	виробничо-технологічні, соціально-економічні та екологічні зв'язки між сільським господарством, харчовою промисловістю та торгівлею продовольчими товарами, що ґрунтуються на послідовній переробці сировини та доведення продуктів харчування споживачам	сукупність сільськогосподарських підприємств, що виробляють зв'язну та незв'язну продукцію.
Постоенко К.І. [4]	система соціально-економічних відносин суб'єктів господарювання (виробників, споживачів, суб'єктів ринкової інфраструктури з приводу формування пропозиції та попиту на продовольчі товари)	система соціально-економічних відносин суб'єктів господарювання в сфері виробництва та розподілу продуктів харчування (або продуктового обміну)

Джерело: сформовано на основі [3–5].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою дослідження є окреслення особливостей функціонування та факторів, що сприяють посиленню ролі аграрних компаній США на глобальному продовольчому ринку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБґРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Аналіз наукової літератури дозволяє звернути увагу на наявність різних підходів до визначення сутності продовольчого ринку, основою яких завжди є категорії взаємопов'язаних галузей аграрної сфери, сільськогосподарських підприємств або систем соціально-економічних відносин в сфері продуктового обміну [3–5]. Відтак, конкретизація змісту окреслених підходів (табл. 1) дозволяє визначити глобальний продовольчий ринок як середовище функціонування галузей аграрної сфери та залежних соціально-економічних відносин, що зачіпають виробництво сільськогосподарської тваринної та рослинної сировини, харчових продуктів та доведення їх до споживача.

Основними гравцями глобального продовольчого ринку наразі є глобальні аграрні компанії США, що зумовлене переважанням часткою належним їм землеробських ресурсів, які складають 21% від загального фонду орних земель світу (рис. 1).

Крім того, аграрні компанії США є одними з найбільших виробників базової сільськогосподарської сировини та продукції (після Китайських компаній), що представлені на гло-

бальному продовольчому ринку. Зокрема, класично, таку сільськогосподарську сировину поділяють на тваринну (м'ясо, риба, молоко тощо) і рослинну (насіння, зернові культури, льон, картопля тощо), а сільськогосподарські продукти — на речовини або продукти (неперероблені, частково перероблені або перероблені), що призначені для споживання. При цьому структура виробництва окресленої продукції та сировини аграрних компаній світу (рис.2) сформована за базовими сільськогосподарськими продуктами — тваринного походження (м'ясо-молочна продукція), рослинного походження (грошове зерно, включаючи кукурудзу, сою, інші зернові, сухі їстівні боби, горох, рис), включаючи жири та олії; продукти їх розщеплення; тютюн та його замітники. Результат виявляє, що на продукції та сировині аграрних компаній США припадає 15.7% від представлених на глобальному продовольчому ринку.

Фактично аграрні компанії США мають значні можливості для розширення обсягів своєї виробничої діяльності та ролі на глобальному продовольчому ринку, шляхом її диверсифікації або придбання/створення найрізноманітніших фінансових активів, кожен з яких має різний рівень ризику. Відповідно, провідна роль аграрних компаній США зумовлена вкрай специфічними факторами, що визначають їх функціональність та прибутковість на глобальному продовольчому ринку, серед яких: значна диверсифікація за напрямками виробничої діяльності; диверсифікація за територіальною ознакою.

Так, значна диверсифікація за напрямками виробничої діяльності орієнтована на широке охоплення аграрного виробництва для підви-



Рис. 1. Структура земельних ресурсів найбільших аграрних компаній світу (за країною приналежності), 2021 р., %

Джерело: сформовано на основі [2; 6].

щення доданої вартості готової продукції. Характерним прикладом є американська агропромислова компанія Bunge Limited, що має у своїй структурі:

- підрозділ з агробізнесу (якому належить 143 елеватори та 51 маслосійне підприємство);
- підрозділ з виробництва рослинної олії (якому належить 110 підприємств з рафінування та розливу олії);
- борошномельне виробництво (якому належить 86 підприємств з виробництва хлібопекарських сумішей, 170 борошномельних цехів);

— підрозділ з виробництва добрив (якому належить 17 підприємств з виробництва добрив);

— підрозділ з виробництва цукру і біоенергії (якому належить 35 підприємств з виробництва цукру й етанолу).

Особливості диверсифікації за напрямками виробничої діяльності Bunge Limited станом на 2022 р. наведені на рис. 3.

Аналогічна диверсифікація за напрямками виробничої діяльності характерна для інших аграрних компаній США, що наразі вийшли на глобальний продовольчий ринок, серед яких

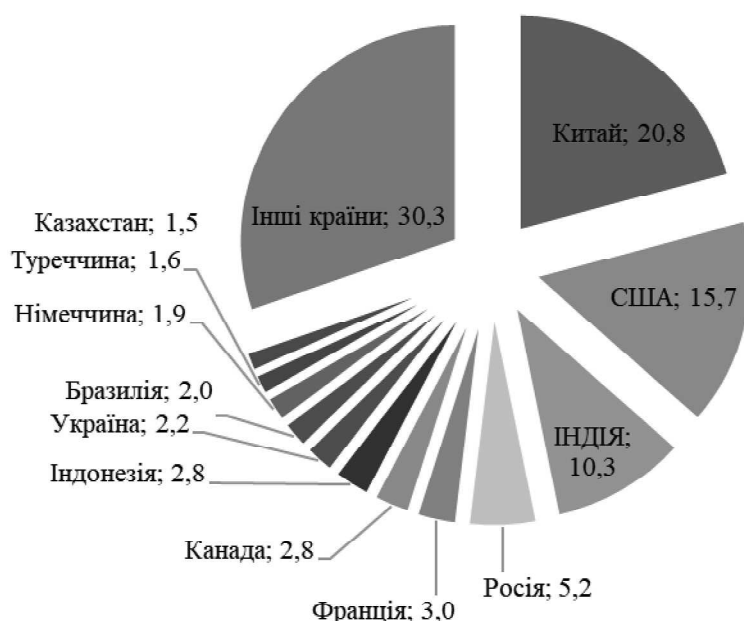


Рис. 2. Структура виробництва базової сільськогосподарської продукції та сировини аграрних компаній світу (за країною приналежності), 2021 р., %

Джерело: сформовано на основі [2; 6].



Рис. 3. Особливості диверсифікації діяльності за напрямками виробничої діяльності Bunge Limited станом на 2022 р.

Джерело: сформовано на основі [2].

Monsanto Company, Cargill, Inc, Chiquita Brands International, Corteva Inc, Pioneer Hi-Bred International Inc (табл. 2).

Перелік окреслених компаній не вичерпний, однак дозволяє зробити висновок, що не залежно від характеру диверсифікації діяльності аграрних компаній США, він орієнтований на збільшення діапазону видів сировини та продукції, проникнення в нові сфери діяльності, освоєння нових виробництв тощо.

При цьому базовими цілями диверсифікації виробничої діяльності аграрних компаній США є:

- завоювання нових сегментів глобального продовольчого ринку з сировиною та продукцією підвищеної доданої вартості;
- максимальне розширення асортименту сировини та продукції підвищеної доданої вартості;
- адаптація виробництва до потреб продовольчого ринку тощо.

Так, значна диверсифікація за територіальною ознакою, орієнтована на широке охоплення продовольчого ринку шляхом географічного розподілу виторгу за зв'язними та незв'язними областями діяльності, що можуть не мати очевидних зв'язків з чинними сферами бізнесу.

На прикладі компанії Bunge Limited, географічний розподіл виторгу формується — за Європою — 15 \$млрд, США — 10,5 \$млрд, Азійсько-тихоокеанським регіоном — 8,6 \$млрд, Бразилією — 4,4 \$млрд, Аргентиною — 0,8 \$млрд, Канадою — 1,3 \$млрд, іншими країнами —

0,8 \$млрд. [2; 6]. При цьому 7% виторгу припадає як на створення нових підприємств, так і на придбання фірм, злиття з ними за принципом латеральності [2].

В Monsanto Company географічний розподіл виторгу формується за Європою — 9 \$млрд, США — 13,5 \$млрд, Азійсько-тихоокеанським регіоном — 7 \$млрд, іншими країнами — 0,6 \$млрд. [6]. При цьому 5% виторгу припадає на латеральну диверсифікацію [6].

Географічний розподіл виторгу характерний для інших компаній США, представлених на глобальному продовольчому ринку. Якщо розділяти його за геосхемою ООН (за якою світ поділений на 5 великих макрорегіонів) то найбільший обсяг виторгу аграрних компаній США буде наявний за Америкою (30,5%) та Азією (31,6%), а відтак матиме вигляд, наведений на рис. 4. При цьому 17% географічного розподілу виторгу компаній від глобального продовольчого ринку надає нова область діяльності, що не має очевидних зв'язків з чинними сферами бізнесу.

Залежно від характеру диверсифікації діяльності аграрних компаній США за територіальною ознакою, розподілом їх виторгу може мати наступну специфіку: 1) зв'язний розподіл, внаслідок передачі й розподілу ресурсів та реконструювання діяльності, що не аналогічна до основної; 2) незв'язний, внаслідок реконструювання в новій області діяльності (а саме створення нових підприємств, придбання фірм або злиття з ними). Основним видом диверсифікації

за територіальною ознакою аграрних компаній США залишається все ж таки зв'язний розподіл.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У межах дослідження розглянуто сутність глобального продовольчого ринку як середовище функціонування галузей аграрної сфери та залежних соціально-економічних відносин, які зачіпають виробництво продуктів харчування та доведення їх до споживача. Автором констатовано, що основними гравцями такого ринку (поряд з Китайськими, є глобальні аграрні компанії США, у зв'язку з чим сформований ряд наступних висновків:

1. Провідна роль аграрних компаній США пов'язана із вкрай специфічними факторами, що визначають їх функціональність та прибутковість на глобальному продовольчому ринку, серед яких: значна диверсифікація за напрямками виробничої діяльності; диверсифікація за територіальною ознакою.

2. Диверсифікація за напрямками виробничої діяльності орієн-

Таблиця 2. Напрямки диверсифікації виробничої діяльності аграрних компаній США

Компанія	Напрямки диверсифікації діяльності	Специфіка
Monsanto Company	Підрозділ з виробництва насіння у тому числі з генно-інженерними ознаками (основна продукція — сільськогосподарського призначення: генетично модифіковане насіння кукурудзи, сої, бавовни) Підрозділ з виробництва гербіцидів і добрив (основна продукція — інсектициди типу ДДТ) Підрозділ з виробництва рекомбінантного гормону росту для тваринництва	новий продукт підвищеної доданої вартості — новий ринок, одночасне обслуговування компанією декількох ринків
Cargill Inc.	Підрозділ фуд-сервісу (основна продукція — рослинні харчові та нехарчові продукти та напої); Підрозділ виробництва пальмової олії (основна продукція — пальмова олія). Підрозділ і виробництва м'ясної продукції (основна продукція — м'ясо птиці, яловичина, свинина). Підрозділи з агробізнесу (основна продукція — зерно, какао-боби тощо).	
Chiquita Brands International	Підрозділи з агробізнесу (основна продукція — банани та інші фрукти). Підрозділ сільськогосподарської продукції та харчових продуктів (основна продукція — харчові продукти, що випускаються під торговими марками дочірніх компаній, відомих під загальним брендом Chiquita)	вихід компаній в нові для нього сфери бізнесу, орієнтовані на продукцію підвищеної доданої вартості
Corteva Inc	Підрозділи з агробізнесу (основна продукція — насіння сільськогосподарських культур стійких до гербіцидів, шкідників та несприятливих погодних умов). Підрозділ з виробництва гербіцидів і добрив (основна продукція — інсектициди типу ДДТ та інші)	процес проникнення компаній в нові галузі виробництва продукції підвищеної доданої вартості
Pioneer Hi-Bred International Inc	Підрозділи з агробізнесу (основна продукція — насіння кукурудзи, сояшнику, сої, сорго та деяких інших культур); Підрозділ мікробіологічних продуктів (основна продукція — інокулянти).	розвиток діяльності в якій можна ефективно реалізувати конкурентні переваги

Джерело: сформовано автором на основі [2; 6].

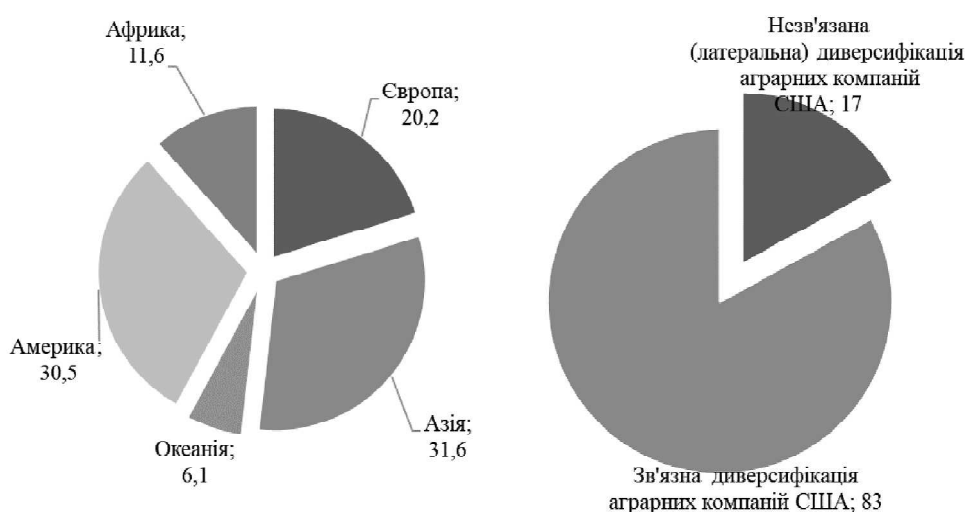


Рис. 4. Структура географічного розподілу виторгу аграрних компаній США та специфіка його диверсифікації *

* враховані дані Monsanto Company, Cargill, Inc, Chiquita Brands International, Corteva Inc, Pioneer Hi-Bred International Inc, Bunge Limited

Джерело: сформовано на основі [2; 6].

тована на широке охоплення аграрного виробництва сировини та продукції з підвищеною доданою вартістю. При цьому базовими цілями диверсифікації діяльності за напрямками виробничої діяльності аграрних компаній США є: завоювання нових сегментів глобального продовольчого ринку з сировиною та продукцією підвищеної доданої вартості; максимальне розширення асортименту сировини та продукції підвищеної доданої вартості; адаптація виробництва потребам продовольчого ринку тощо.

3. Диверсифікація за територіальною ознакою, орієнтована на широке охоплення продовольчого ринку за рахунок географічного розподілу виторгу на нові області діяльності, що можуть не мати очевидних зв'язків з існуючими сферами бізнесу. Розподіл виторгу може мати наступну специфіку: зв'язний розподіл за рахунок передачі й розподілу ресурсів, реконструювання; незв'язний за рахунок реконструювання в новій області діяльності (а саме створення нових підприємств, придбання фірм, злиття з ними).

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі полягають у розробці моделі розвитку глобального продовольчого ринку з урахуванням зростаючої ролі аграрних компаній США.

Література:

1. Бочарова Ю.Г. Світовий ринок продовольства. Сучасний стан, особливості розвитку та конкуренції, Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського, 2016, Вип. 9. С. 28—32.

2. Bunge Ltd. Company Profile, Information, Business Description, History, Background Information on Bunge Ltd URL: <https://www.referenceforbusiness.com/history2/45/Bunge-Ltd.html> (Accessed 20 Nov 2022).

3. Звягінцева О.Б. Продовольчий ринок: маркетинговий аспект. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія "Фінанси і кредит", 2010. Вип. № 1. URL: http://www.esteticamente.ru/portal/Chem_Biol/Vsnau/FiK/2010_1/Zmist.htm

4. Постоєнко К.І. Структура ринку продовольчих товарів, Науковий вісник Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, Вип. 7. 2015. URL: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/43.pdf> (Accessed 20 Nov 2022).

5. Пучкова Е.Е. Проблемы функционирования аграрного рынка, Научные труды Северо-Кавказского государственного технического университета. Секция "Экономика", 2019, Вип. 1. С. 28—32.

6. UNCTADstat. Table view". [unctadstat.unctad.org. URL: http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx](http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx) (Accessed 20 Nov 2022).

References:

1. Bocharova, Y.G. (2016), "World food market. Current state, features of development and competition", Visnyk Mykolayivs'koho natsional'noho universytetu imeni V.O. Sukhomlyns'koho, Vol. 9, pp. 28—32.

2. Reference for Business (2022), "Bunge Ltd. Company Profile, Information, Business Description, History, Background Information on Bunge Ltd", available at: <https://www.referenceforbusiness.com/history2/45/Bunge-Ltd.html> (Accessed 20 Nov 2022).

3. Zvyagintseva, O.B. (2010), "Food market: marketing aspect", Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Seriya "Finansy i kredyt", Vol. 1, available at: http://www.esteticamente.ru/portal/Chem_Biol/Vsnau/FiK/2010_1/Zmist.htm (Accessed 20 Nov 2022).

4. Postoenko, K.I. (2015), "The structure of the grocery market", Naukovyy visnyk Mykolayivs'kyy natsional'nyy universytet imeni V.O. Sukhomlyns'koho, Vol. 7, available at: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/43.pdf> (Accessed 20 Nov 2022).

5. Puchkova, E.E. (20—19), "Problems of functioning of the agrarian market", Nauchnyye trudy Severo-Kavkazskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Sektsiya "Ekonomika", Vol. 1, pp. 28—32.

6. UNCTADstat (2022), "Table view", available at: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (Accessed 20 Nov 2022).

Стаття надійшла до редакції 23.11.2022 р.

www.dy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвиток

Виходить 12 разів на рік

включено до переліку наукових фахових видань України
з питань **ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**
(Категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України
від 28.12.2019 №1643

Спеціальність 281

e-mail: economy_2008@ukr.net
тел.: (044) 223-26-28, (044) 458-10-73