

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний економічний університет

На правах рукопису

Пилявець Віктор Миколайович

УДК 339.137.002.6:664.3.001.76 (477)

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ОЛІЄЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНІЙ
ОСНОВІ**

Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним
господарством

Дисертація
на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор
Погріщук Борис Васильович

Тернопіль - 2014

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГАЛУЗЕВОГО РОЗВИТКУ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ	11
1.1 Конкуреноспроможність продукції в системі чинників галузевого розвитку	11
1.2 Особливості взаємодії елементів організаційно-економічного механізму в системі забезпечення конкурентоспроможності	33
1.3 Інноваційні засади забезпечення конкурентоспроможності	45
Висновки до розділу 1	58
РОЗДІЛ 2 ФОРМУВАННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ОЛІЄЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ	60
2.1 Аналіз розвитку та оцінка сучасного стану функціонування олієжирового підкомплексу України	60
2.2 Виробнича складова олієжирової промисловості України : особливості та характеристика.....	88
2.3 Організаційно-економічний механізм розвитку олієжирового підкомплексу України	109
2.4 Оцінка кон'юнктурної привабливості олієжирового підкомплексу як основи забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції.....	132
Висновки до розділу 2	149
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЄЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ	151
3.1 Модернізація методів визначення якісних параметрів продукції олієжирового підкомплексу	151

3.2 Формування інноваційних кластерів як інструменту підвищення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України.....	174
3.3 Оптимізація виробничих можливостей вітчизняного олієжирового підкомплексу на основі інноваційно-інвестиційної стратегії галузевих конкурентних переваг.....	194
Висновки до розділу 3	204
ВИСНОВКИ	206
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	210
ДОДАТКИ	232

ВСТУП

Актуальність теми. Українська економіка наразі працює в надзвичайно складних, динамічно змінних умовах. Посилення глобалізаційних процесів, необхідність адаптації до умов сучасних економічних реалій, недосконалість форм та методів регулювання економічних процесів загострює проблему забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Особливо це є актуальним для підприємств агропромислового комплексу, оскільки вони, як ніхто інший, залежні від сировинних ресурсів, інших галузей економіки, кон'юнктури на світовому ринку та інших факторів, що суттєво впливають на їх конкурентоспроможність.

Тому виникає необхідність комплексного дослідження теоретичних підходів та практичних засад механізму забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу. Це дозволить обґрунтувати заходи зміцнення їх позицій як на світовому, так і на внутрішньому ринках, а також суттєво підсилити їх стійкість до негативного впливу факторів ринкового середовища.

Базові засади конкурентоспроможності та забезпечення конкурентних переваг досліджено в працях Р. Дорнбуша, П. Друккера, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ланбена, А. Маршалла, М. Портера, Д. Рікардо, П. Самуельсона, А. Сміта, А. Стрікланда, А. Томпсона, С. Фішера. Сучасні дослідження щодо формування конкурентного середовища розглядаються в працях В. Амбросова, Р. Березюка, В. Гринчуцького, О. Дація, С. Іляшенка, В. Кончина, М. Корецького, Д. Крисанова, Н. Тарнавської, Р. Фатхутдінова, О. Сенишин та ін. Аналіз праць вищезазначених учених вказує на потребу в удосконаленні підходів до вивчення конкурентоспроможності з позицій стратегічного розвитку та проведення досліджень у напрямку економічного зростання на засадах підвищення конкурентоспроможності як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Дослідженню проблем розвитку та ефективного функціонування олієжирового підкомплексу присвятили праці В. Бойко, О. Волощук, В. Гаврилюк, П. Гайдуцький, О. Дерев'яно, М. Калінчик, В. Лазня, А. Побережна, П. Саблук, В. Яценко, в яких науковцями розкрито особливості функціонування олієжирової галузі, висвітлено тенденції та визначено перспективні напрями її розвитку. Разом з тим, в умовах глобалізаційних процесів, що визначають нові вимоги до якісних параметрів продукції та характеризуються динамічними змінами кон'юнктури ринку та новими правилами ведення довірливих відносин у продовольчій та енергетичній сферах, набуває актуальності питання визначення факторів і умов забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу.

Таким чином, розробка теоретичних, методичних та організаційно-прикладних питань забезпечує реалізацію єдиного підходу до вирішення сукупності проблем щодо реалізації механізму забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України на інноваційній основі, що й визначає актуальність даного дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження проводилися згідно з тематикою наукових робіт кафедри економіки підприємств та корпорацій Тернопільського національного економічного університету в складі теми «Забезпечення економічної стійкості як умова ефективного розвитку промислових підприємств України» (державний реєстраційний номер 0112U008450) та науково-дослідної роботи кафедри економіки підприємств та корпорацій Вінницького навчально-наукового інституту економіки Тернопільського національного економічного університету як складова теми «Удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування промислових підприємств» (державний реєстраційний номер 0110U000369). В контексті виконання цих тем автором узагальнено та обґрунтовано теоретико-організаційні основи забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу, розроблено моделі

контролю якості за олієжировою продукцією, обґрунтовано інноваційно-інвестиційну стратегію забезпечення галузевих конкурентних переваг.

Мета та завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методологічних положень і розробка практичних рекомендацій для олієжирового підкомплексу України, спрямованих на підвищення рівня його конкурентоспроможності на інноваційній основі.

Досягнення окресленої мети зумовило необхідність вирішення таких завдань:

- узагальнити та розвинути науково-теоретичні положення щодо сутності, змісту та факторів забезпечення конкурентоспроможності секторів економіки;

- охарактеризувати та систематизувати методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності в екстраполяції на інноваційну стратегію розвитку олієжирового підкомплексу України;

- розкрити механізм регулювання та розміщення олієжирового підкомплексу для формування системи об'єктів інфраструктурного розвитку;

- здійснити аналіз розвитку та визначити рівень кон'юнктурної привабливості олієжирового підкомплексу;

- розробити пропозиції щодо побудови ефективної секторної системи контролю за якістю олієжирової продукції;

- обґрунтувати кластерні засади поліфункціональної моделі підвищення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України;

- розробити логіко-теоретичну модель взаємодії елементів механізму забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу;

- розробити пріоритети інноваційно-інвестиційної стратегії забезпечення галузевих конкурентних переваг.

Об'єктом дослідження є процес забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу в умовах трансформаційної економіки.

Предметом дослідження є організаційно-економічні відносини, що виникають у процесі забезпечення конкурентоспроможності продукції олієжирового підкомплексу на інноваційній основі.

Методи дослідження. Для виконання визначених завдань використовувались такі методи економічних досліджень: абстрактно-логічний (формування теоретичних узагальнень і висновків), монографічний (вивчення досвіду функціонування підприємств олієжирового підкомплексу та виявлення причинно-наслідкових зв'язків їх розвитку), економіко-статистичний (ідентифікація причинно-наслідкових зв'язків формування конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу), розрахунково-конструктивний, графічний (аналіз тенденцій розвитку олієжирового підкомплексу); економіко-математичний, а саме метод регресійного моделювання (для побудови прогностичної моделі розвитку експорту олієжирового підкомплексу України). В роботі використані сучасні інформаційні технології та пакети прикладних програм.

Інформаційну базу дослідження становлять: сучасна наукова, монографічна, періодична література, закони України, Укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів, нормативно-правові акти, а також матеріали наукових і науково-практичних конференцій. Емпіричною базою дослідження є дані та довідкові матеріали Державної служби статистики України, первинні дані обліку і звітності обстежених підприємств олієжирового підкомплексу АПК України, інтернет-ресурси, зібрані і систематизовані автором у процесі виконання роботи.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних і практичних засад забезпечення конкурентоспроможності продукції олієжирового підкомплексу України на інноваційній основі.

Основними результатами дослідження, які характеризують його новизну, є такі:

вперше:

– розроблено поліфункціональну організаційну модель кластерного типу, що складається з регуляторно-координаційного, навчально-кваліфікаційного сектору, сектору наукових досліджень та розробок, сектору екологічної безпеки й виробничо-впроваджувального сектору. Обґрунтовано систему інфраструктурних взаємозв'язків між ними, що дозволить оптимізувати відтворювальний процес та сприятиме переходу олієжирового підкомплексу до інноваційноорієнтованої моделі розвитку;

удосконалено:

– теоретико-методичні підходи до розкриття сутності конкурентоспроможності на основі узагальнення різнопланових (у теоретично-методологічному розумінні) чинників та засад оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції за системою показників, що сформовані на основі визначених груп факторів й диференційовані за галузевою ознакою окремих елементів організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності. Застосування такого підходу розширить теоретико-методологічні основи щодо оцінювання рівня конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу;

– організаційно-методичні рекомендації створення ефективної системи контролю за якістю олієжирової продукції за такими варіантами: шляхом розподілу повноважень щодо організації контролю в межах системи декількох відомств; побудови комплексної системи контролю якості продукції; створення системи контролю якості продукції в межах одного відомства. Запропоновано та обґрунтовано необхідність побудови системи контролю в межах одного відомства;

набули подальшого розвитку:

– пропозиції щодо формування системи інфраструктурного розвитку олієжирового підкомплексу на основі інтеграції інноваційно-інвестиційної інфраструктури з організаційно-економічними засадами активізації наукових досліджень. Це дасть можливість підвищити економічну та соціальну

ефективність інвестицій у забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу;

– наукові положення з обґрунтування інноваційно-інвестиційної стратегії формування галузевих конкурентних переваг олієжирового підкомплексу на основі застосування методів стратегічного ситуаційного аналізу.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробленні науково обґрунтованих рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України з використанням інноваційних підходів.

Основні результати, одержані у процесі дослідження, впроваджено в практичну діяльність підприємств олієжирового підкомплексу України: ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» (довідка № 147 від 10.09.2013 р.), ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат» (довідка № 04/1242 від 14.11.2013 р.), ТОВ «АВІС» (довідка № 4 від 09.01.2014 р.). Окремі положення дисертаційної роботи використані в діяльності Департаменту агропромислового розвитку Вінницької обласної державної адміністрації (довідка № 01-03-35/362 від 25.02.2014 р.). Ряд теоретичних положень дисертації використано в навчальному процесі Вінницького навчально-наукового інституту економіки Тернопільського національного економічного університету (довідка № 105 від 28.11.2013 р.).

Особистий внесок здобувача. Основні положення, висновки та пропозиції дисертації сформульовано та обґрунтовано автором особисто. Матеріали наукових статей, підготовлених у співавторстві, використані у дисертації лише в частині, яка належить особисто здобувачу.

Апробація результатів дисертації. Теоретичні та методологічні положення дисертації доповідались, обговорювались й одержали позитивну оцінку на таких міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: «Теорія та практика трансформаційних перетворень в економіці, політиці та культурі за умов розвитку глобалізаційних процесів»

(м. Вінниця, 2011 р.); «Трансформаційна динаміка розвитку агропромислового виробництва» (м. Вінниця, 2012 р.); «Інтеграційний вибір України: історія, сучасність, перспективи» (м. Вінниця, 2012 р.); «Формування конкурентоспроможної економіки: теоретичні, методичні та практичні засади» (м. Тернопіль, 2013 р.); «Проблеми та перспективи розвитку національних економік в сучасних умовах» (м. Вінниця, 2013 р.); «Студент-Дослідник-Фахівець» (м. Київ, 2013 р.); «Економіка і управління: проблеми науки та практики» (м. Дніпропетровськ, 2013 р.).

Матеріали дисертації розглядалися на засіданнях кафедри економіки підприємств і корпорацій Тернопільського національного економічного університету і обговорювалися фахівцями асоціації «Укроліяпром».

Публікації. Основні положення і найважливіші результати дисертаційної роботи опубліковано у 18 наукових працях, із яких 9 статей – у наукових фахових виданнях України, 2 публікації – у наукових періодичних виданнях інших держав (Росія, Польща), 7 публікацій – у матеріалах всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференцій. Загальний обсяг публікацій становить 5,05 д. а., з них особисто авторові належить 4,73 д. а.

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст роботи викладений на 209 сторінках. Робота містить 23 таблиці, 29 рисунків, 11 додатків, які охоплюють 25 сторінок. Список використаних джерел налічує 214 найменувань на 22 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГАЛУЗЕВОГО РОЗВИТКУ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ

1.1 Конкуренентоспроможність продукції в системі чинників галузевого розвитку

Здатність до ефективного розвитку галузі базується на конкурентних перевагах кожного підприємства, з урахуванням його можливостей щодо досягнення конкурентних переваг на певному ринку.

Конкуренція має вирішальне значення для функціонування ринкової економіки. Адам Сміт, викладаючи свій знаменитий принцип «невидимої руки», підкреслював, що конкретним механізмом, який змушує підприємців слідувати вказівкам «невидимої руки», є конкуренція [145].

Конкуренція – це боротьба, змагання між товаровиробниками за найбільш вигідні сфери вкладення капіталу, ринки збуту, джерела сировини. Конкуренція направляє діяльність суб'єктів господарювання в сприятливому для всього суспільства напрямку. В конкуренції перемагає той, хто повніше задовольняє інтереси споживачів. Здатність об'єкта витримувати конкуренцію називається конкурентоспроможністю. [88, с. 166].

Конкуренентоспроможність може бути розглянута на різних рівнях: країни, регіону, галузі, підприємства та товару. Між усіма рівнями конкурентоспроможності існує діалектичний взаємозв'язок: конкурентоспроможність країни суттєво впливає на інші рівні економіки, які зумовлюють зміну рівня конкурентоспроможності країни.

В економічній літературі не існує загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності. Деякі економісти такі як Антонюк Л.Л. та Паламарчук О. М., розуміють конкурентоспроможність країни, як явище макроекономічне, яке визначається такими змінними, як курс валюти,

процентні ставки, бюджетний дефіцит, але багато країн добилися успіху, незважаючи на наявність цих явищ. Інші стверджують, що конкурентоспроможність та успіх на світовому ринку забезпечує протекціонізм, заохочення експорту, субсидії. Але більш широкий підхід до аналізу цього явища не підтверджує провідну роль держави [3, с. 106], [89].

Дослідники також пояснюють конкурентоспроможність відмінностями в практиці управління, в тому числі відносинами «працівник-роботодавець». У приклад ставлять спочатку США, потім Японію. Але справа в тому, що добре в одній галузі, в іншій може призвести до катастрофи.

Питання взаємозв'язку між забезпеченням конкурентоспроможності продукції та досягненням високих результатів економічної діяльності товаровиробників є одним із тих питань, які найбільше привертають увагу науковців. Проте, на сьогоднішній день, має місце дискусія щодо первинності між зазначеними категоріями та їх теоретичного й методологічного підґрунтя, що пояснюється принципом активізації грошових надходжень в економіку підприємства при виробництві продукції з високим рівнем конкурентоспроможності, а отже суттєво позначається на ефективності всієї системи господарювання.

В свою чергу, підвищення ефективності діяльності підприємства забезпечує умови для здійснення розширеного циклу відтворення, реінвестування та мобілізації власних коштів, розширення виробничих можливостей, впровадження інноваційних розробок у виробництво, що й визначає конкурентоспроможність продукції на ринку. Відтак, причинно-наслідковий зв'язок між категоріями «ефективність» та «конкурентоспроможність» породжує дилему в питанні з'ясування природи первинності чи вторинності факторів впливу на процес досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності, а отже, й параметрів залежності між конкурентоспроможністю та ефективністю.

Комплексний розгляд поняття «конкурентоспроможність» дає можливість для уточнення змістового значення категорій

«конкурентоспроможність продукції» та «конкурентоспроможність підкомплексу», а також визначення взаємозв'язку між ними, зважаючи на сукупність можливостей щодо підвищення рівня ефективності виробництва та збуту продукції.

Нині достатньо поширеним явищем в економіці, та у агропромисловому комплексі зокрема, є спроможність підприємства оптимізувати використання ресурсів, а також скорочення циклу: від залучення ресурсів до отримання прибутку від реалізації продукції, оскільки впровадження новацій суб'єктом господарюючим не завжди є результативним на практиці, а отже, не створює йому конкурентних переваг на ринку.

Питання визначення конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможності підкомплексу в сучасній науці потребують теоретичних, методичних й методологічних уточнень, зважаючи на сучасні трансформації. Нині з метою визначення конкурентоспроможності національних господарств, галузей, підприємств і продукції, яка ними виробляється, є доступними для застосування численні методики, що індивідуалізовані у відповідності з визначеними умовами, характерними особливостями територіальних, секторальних та об'єктових ринків, а також галузей, підприємств, інфраструктурних особливостей, систем управління збутом, логістичною специфікою тощо. Наявні методики дозволяють використовувати не менше двох сотень показників, що прямо чи опосередковано здатні характеризувати конкурентоспроможність. З числа застосовуваних показників частина є інтегральними, а частина - частковими. Проте необхідно враховувати той факт, що при зміні абсолютно будь-якої умови суб'єктивного або об'єктивного спрямування достовірне застосування вказаних методик не лише ускладнюється, а й взагалі унеможлиблюється.

Особливо актуальними ці питання є для дослідження вітчизняного ринку продовольства.

Вказані труднощі зумовлені відносно порівнянними, а водночас і динамічними особливостями характеру такої складної економічної категорії як конкурентоспроможність, що має багаторівневу структуру. Порівняно неконкурентоспроможна продукція, що є такою в даний момент часу, за певних умов функціонування ринку, може виявитися набагато конкурентоспроможнішою (при зміні будь-якої умови) вже в найближчий час. Таку ж плинність ситуації не варто відкидати і при оцінюванні конкурентоспроможності товаровиробників. Сучасна мінливість вітчизняного ринку продовольства вимагає застосування адекватних сьогоднішньому методик оцінка конкурентоспроможності підприємств та продукції, яка ними виробляється. Усунення неузгодженостей в частині інформаційної основи та широке використання науково-методичного інструментарію має стати науковою основою таких методичних розробок. Автором вже раніше зазначалося, що над вивченням проблеми конкурентоспроможності продукції та її виробника працювало багато вітчизняних і зарубіжних науковців. А. Сміт вважається першим дослідником, що застосував цю категорію в економічній науці. Ще у 1776 році він вперше звернув увагу на скоординованість дій підприємців під впливом так званої «невидимої руки», яка врешті-решт приводить до результативного розв'язання і розвитку суспільного господарства, у своїй праці «Дослідження про природу та причини багатства народів». [145]

Характер конкуренції на ринку можна визначити як вільний, оскільки обмін здійснюється за рахунок виділення більш вигідних умов.

Товари та послуги, що беруть участь в процесі ринкового обігу благ є спорідненими за своїми конкурентними властивостями. Тобто, таку властивість конкуренції можна узагальнити зп принципом єдиної ціни, що пояснюється залежністю ціни від ринкової пропозиції.

Звідси впливають базові характеристики досконалої конкуренції, основними передумовами виникнення якої є: однорідність продукції, відсутність змови та всебічна поінформованість, про що в своїх працях писав

У. С. Джевонс [200]. Який одним з перших маржиналістів опрацював теорію досконалої конкуренції.

Процес обміну може бути забезпечений як окремими особами, так і їх групами. При цьому У. С. Джевонс найчастіше наголошує на груповому забезпеченні процесу обміну, що пояснюється нівелюванням індивідуальної реакції на коливання ринкової ціни товару. Проте, коли охоплюється велика група учасників ринку, їх вимоги та індивідуальні запити продукують безперервність попиту та його відносну еластичність.

Ф. І. Еджуорт [198] був одним із визначних послідовників наукової школи У. С. Джевонса, якому вдалося не лише розвинути, але й удосконалити запропоновану У. С. Джевонсом модель обміну в частині концепції досконалої конкуренції (алгебраїчно показав, яким чином досягається рівноважна ціна). Написана ним робота «Математична психологія» [«Mathematical Psychics»] містить доповнення до моделі обміну У. С. Джевонса, а саме: він припустив, що на ринку присутня нескінченна кількість як покупців, так і продавців, що наближує дану модель до умов абсолютної конкуренції.

Ф. І. Еджуорт описує процес функціонування ринку як безперервний цикл переукладання угод між партнерами, який полягає в тому, що ринкові учасники укладають договори один з одним. За умови ж появи більш вигідних умов купівлі або продажу слідує переукладання нових контрактів. Такий розвиток подій щодо переукладання угод відбувається до моменту встановлення системи відносних цін та забезпечення інтересів всіх учасників ринку. Таким чином теорія обміну У. С. Джевонса була доповнена. Проте згодом було виявлено суттєвий недолік даної концепції, що полягав у неврахуванні чинника обов'язковості виконання контрактів, тобто безнаслідкове переукладання контрактів в ринковій економіці неможливе.

У 30-х роках ХХ ст. Дж. Робінсон сформулював й обґрунтував концепцію недосконалої конкуренції, в основі якої лежить гіпотеза про появу крупних корпорацій, що впливають на визначальні параметри ринкового

середовища, в першу чергу на цінову політику, що має наслідком недосконалу конкуренцію та нівелює основи класичного ринкового механізму. За твердженням Дж. Робінсона поява великих корпорацій зумовлена процесом укрупнення виробництва, оскільки до переваг концентрованого виробництва належить суттєве зменшення витрат на виготовлення одиниці продукції при одночасному збільшенні обсягу виготовлення товарів в тій чи іншій галузі. Проте економія коштів на масштабах діяльності виробництва зумовлює концентрацію значної частини галузевого виробництва в обмеженому колі великих корпорацій. В умовах недосконалої конкуренції спостерігається зростання рівня цін як наслідок змови крупних корпорацій, що обмежує доступ інших підприємців в дану сферу. Джерелом прибутку монополій слугує зростання цін, що порушує закони ринку, тому що відбувається перевищення середніх норм прибутку, а відтак виникає потреба державного регулювання таких процесів [130].

Систематизація підходів щодо розкриття сутності конкурентоспроможності показує, що в основі всіх існуючих узагальнень лежить різноспрямованість їх класифікації. В даному випадку йдеться про поведінковові, структурні та функціональні чинники, що визначають специфіку підходу. В основі зазначених наукових підходів до оцінка рівня конкурентоспроможності як результату високого ступеня ефективності лежить перспективність застосування порівняльних методик оцінка конкурентоспроможності на рівні як підприємства, так і за конкретними видами продукції. За таких умов виняткового значення набувають мобілізаційні та трансформаційні можливості процесного спрямування залучених інвестиційних ресурсів, зокрема в частині їхнього інноваційного розвитку. За використання такого методичного підходу здійснюється порівняльне оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства та його продукції для базового сегмента ринку щодо перспективної спроможності залучення резервів зростання економічної ефективності та виявлення факторів росту.

Тому пояснення зв'язку між категоріями «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції» криється в площині діалектичного зв'язку міжкатегоріального апарату складних динамічних систем. Оцінюючи переваги такого підходу, можна стверджувати, що в його основі лежать статичні моделі, а виникнення окремих суперечностей в процесі здійснення оцінка рівня конкурентоспроможності веде до динамічного наростання наукових здобутків, отриманих шляхом логічних висновків у результаті трансформації лінгвістичних оцінок за їх кількісного відображення.

Отже, має місце припущення щодо залучення до аналізованої системи «конкурентоспроможність підприємства – «конкурентоспроможність продукції» третього елемента – «ефективності виробництва», який, в свою чергу є індикатором «ефективності реалізації продукції». Тому в основі реалізації ринкового механізму лежить ідея успішної діяльності окремих суб'єктів ринку. Відтак, конкурентоспроможність продукції базується на раціоналізації поведінкового механізму товаровиробника щодо підвищення збутових можливостей продукції. Це в кінцевому підсумку дає виробнику можливість удосконалювати і розвивати сам товар, його виробничу технологію, маркетингову діяльність, тобто, ставати конкурентоспроможним суб'єктом, що здатен виробляти продукцію, яка є конкурентоспроможною на ринку.

Результативність діяльності конкретного суб'єкта господарювання виявляється у досягненні поставленої мети. Щодо ринку такою метою може бути максимізація прибутку шляхом зростання обсягів реалізації на засадах виваженої цінової політики, тобто ціни на продукцію мають бути економічно виправданими. Такий принцип покладено в основу оптимізації відтворювальних процесів, що значною мірою розширює економічні можливості товаровиробника і водночас сприяє покращенню його економічних результатів від виробничо-господарської діяльності.

Великий внесок у розвиток теорії конкурентоспроможності вніс американський економіст М. Портер, який визначив конкурентоспроможність, як продуктивність, що являє собою ефективне використання робочої сили та капіталу і підсумку проявляється у величині доходу на душу населення [126]. Зростання продуктивності означає безперервне зростання економіки. Додаючи нові властивості шляхом вдосконалення технологій підприємства зумовлюють зростання продуктивності, підвищення якості. Крім того, підприємства повинні розвивати якості, необхідні для конкуренції в усе більш складних сегментах промисловості, де продуктивність є загалом вищою.

Важливу роль у підвищенні продуктивності праці в країні відіграє міжнародна конкуренція. Але разом з тим вона являє і загрозу. Участь підприємств у міжнародній торгівлі забезпечує підвищення продуктивності, тому що усувається необхідність самостійного вироблення всіх товарів і послуг. Країна може спеціалізуватися на тих галузях і сегментах ринку, де її підприємства більш конкурентоспроможні, ніж іноземні, і імпортувати ті товари, за якими яких підприємства поступаються зарубіжним. Тим самим підвищується середній рівень продуктивності суспільної праці. Таким чином імпорт і експорт впливають на продуктивність.

Якщо підприємства відкривають закордонні філії, то це теж може підвищити продуктивність національної економіки за умови переведення менш продуктивних виробництв за кордон або здійснення за кордоном вузькоспеціалізованої діяльності (обслуговування або підготовка продукції до місцевих умов), що дозволяє краще закріпитися на закордонному ринку. Ні одна країна не має можливості бути конкурентоспроможною у усіх сегментах і забезпечувати експорт абсолютно всього. Ресурси будь-якої країни обмежені, тому їх застосовують в найбільш продуктивних галузях. Зростання експортного потенціалу країни зумовлює підвищення рівня життя, крім цього зростання експорту продукції в галузі з високою продуктивністю

зумовлює зростання її рівня в цілому по країні. Скорочення частки світового експорту – сигнал небезпеки. Але важлива не тільки частка країни у світовому експорті, а важливо й те, які товари країна експортує. Якщо відбувається переорієнтація експорту на більш складні товари, це зумовлює значне зростання продуктивності, навіть якщо обсяг експорту зростає незначними темпами. Успіх в конкуренції забезпечує підприємствам значну перевагу у вигляді більш низьких витрат або певного асортименту товарів, які мають більш високі ціни. Для утримання даної переваги підприємства повинні забезпечити провідні позиції в інших напрямках через високу якість або зростання продуктивності.

Конкурентна перевага в економічній теорії розглядається в двох варіантах. А. Сміт сформулював абсолютну перевагу, згідно з якою країна експортує товар, якщо витрати нижчі, ніж у інших країнах [145]. Абсолютна перевага лежить в основі процесу міжнародної спеціалізації. Д. Рікардо удосконалив це формулювання у вигляді концепції порівняльної переваги, за якою ринкові сили спрямують ресурси країни туди, де вони можуть бути застосовані найбільш продуктивно. Це означає, що країна може імпортувати який-небудь товар, навіть маючи можливість виробляти його самостійно і з найменшими витратами, якщо інші товари вона виробляє з більш високою ефективністю. Рікардо вважав, що в основі торгівлі лежать відмінності у продуктивності праці в різних країнах. Цю різницю він відносив на рахунок відмінностей в навколишньому середовищі, кліматі країн, що сприяють розвитку тих чи інших галузей [129].

Сучасні варіанти теорії Рікардо виходять з одного найважливішого фактора – праці (Р. Дорнбуш, С. Фішер, П. Самуельсон). На їхню думку, країни розрізняються тим, яку кількість праці необхідно затратити на виготовлення продукції [137].

Хекшер і Олин вважають, що всі країни мають приблизно однакову технологію, але різною мірою наділені такими факторами виробництва, як

земля, робоча сила, природні ресурси та капітал. Країна отримує порівняльні переваги в тих галузях, де використовуються фактори, наявні в достатку. Тому продукція цих галузей експортується, а імпортується ті товари, у виробництві яких країна відчуває потребу. Наукові підходи до визначення конкурентоспроможності систематизовано в додатку А.

Нині визнано, що держава може посилювати переваги у вигляді факторів за допомогою різних форм втручання (зниження процентних ставок, заходи щодо стримування зростання зарплати, девальвація. Отримати вигоду за ціною в порівнянні з аналогічним імпортом товаром, отримати субсидії, амортизаційні знижки і фінансування експорту окремих секторів). Всі ці заходи дозволяють підприємствам знизити відносні витрати в порівнянні з зарубіжними конкурентами.

М. Портер у своєму дослідженні конкуренції дійшов до висновку, що фактором конкурентоспроможності є конкуренція на внутрішньому ринку. В результаті з'являються національні лідери, які мають можливість конкурувати з іноземними фірмами. Суперництво на внутрішньому ринку стає більш важливим фактором, ніж конкуренція з іноземцями, коли на перше місце виходить впровадження інновацій, а і стабільна економічна ефективність. Місцеві конкуренти борються не тільки за ринок, але й за людей, за наукові досягнення, за почуття переваги. Внутрішня конкуренція змушує підприємства прориватися на світовий ринок [126].

Але в досягненні конкурентоспроможності може зіграти велику роль і фактор випадковості. Приклади подій, що мають важливе значення для розвитку конкурентоспроможності: винахідництво, великі технологічні зрушення, різкі зміни цін на ресурси, (наприклад, нафтовий шок), значні зміни на світових фінансових ринках або в обмінних курсах, сплеск світового чи місцевого попиту, політичні рішення зарубіжних урядів, війни. Випадок також впливає на зміну умов у взаємовідносинах між основними рушійними силами конкурентоспроможності (рис. 1.1).

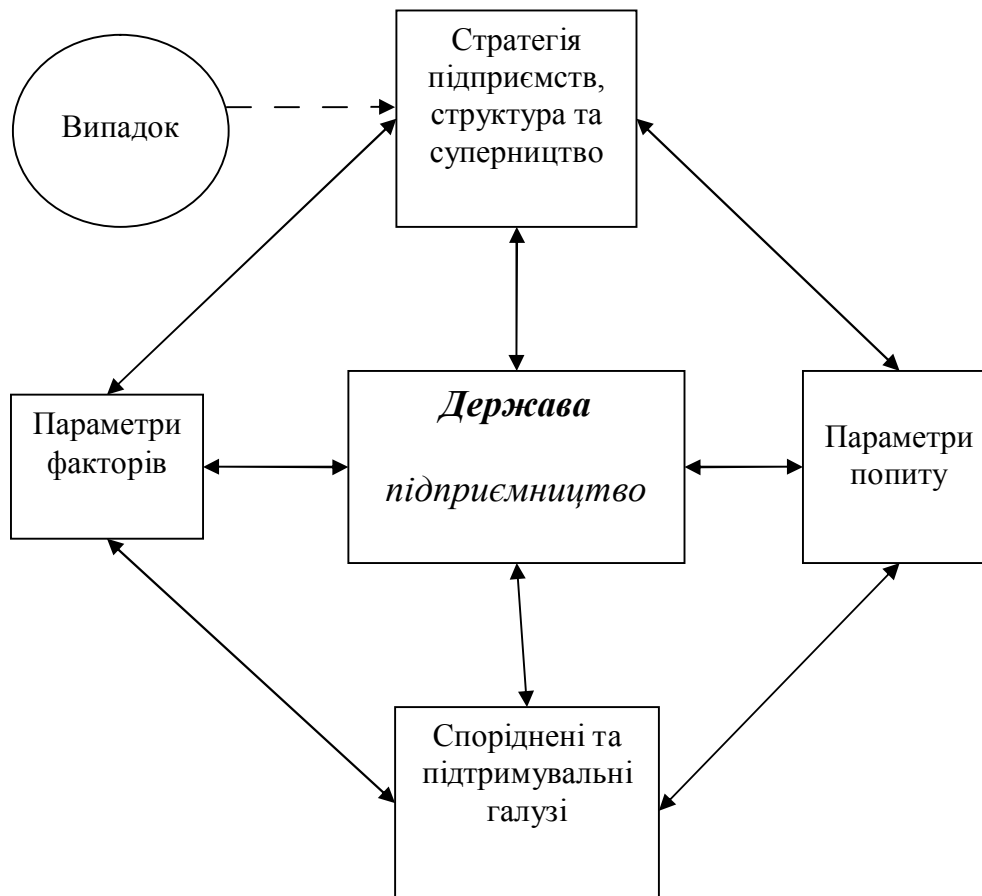


Рис. 1.1. Держава і підприємництво як рушійні сили конкурентоспроможності

Наприклад, зміни в цінах на ресурси або в обмінних курсах створюють несприятливі фактори, які можуть привести до періодів суттєвих інновацій.

Винахідництво і підприємництво є також дуже важливими зовнішніми чинниками формування національних переваг. Важливе значення для розвитку конкурентоспроможності має політика уряду, оскільки вважається, що уряд є шостим фактором конкурентоспроможності. Однак роль уряду та підприємництва у формуванні національних переваг полягає в наданні впливу на всі чотири фактори. Сила – здатність прояву якої-небудь діяльності. Рушійна сила – здатність надати дії факторів більш інтенсивний характер.

На характеристики основних виробничих факторів впливають державна підтримка через субсидії, урядова політика на ринку капіталів, рівень освіти та ін.

Рушійною силою конкурентоспроможності є підприємництво, яке, виконуючи свої функції, є локомотивом економічного розвитку.

Й. Шумпетер виділив такі наступні складові економічного розвитку на засадах інноваційності [188]:

- виробництво нового, ще незнайомого для споживача матеріального блага або колишнього блага, але з новими якостями;
- введення нових методів виробництва в якій-небудь галузі, які не застосовувалися в ній раніше;
- освоєння нових економічних ринків збуту або більш широке і глибоке використання вже існуючих;
- освоєння нових джерел і видів сировини;
- здійснення нової організації виробництва і збуту.

При цьому, підприємець виконує не тільки свою явну індивідуальну функцію особистого збагачення, але й латентну, суспільну за своїм характером функцію задоволення суспільних матеріальних потреб у товарах, платоспроможного купівельного попиту на їх продукцію. Вже це дає підставу і право на виділення в структурі економічних функцій підприємницької діяльності поряд з явними, індивідуальними латентних, але суспільних за своїм характером функцій. На нашу думку, до латентних необхідно віднести наступні функції:

1. Функція оптимального комбінування чинників виробництва і тим самим найбільш ефективного використання економічних ресурсів - матеріальних, фінансових, трудових, інтелектуальних тощо. Іншими словами, це функція ефективного управління власними, позиковими, а також іншими, що знаходяться в розпорядженні даного суб'єкта підприємницької діяльності, економічними ресурсами..

2. Функція забезпечення створення суспільного продукту і сприяння розподілу національного доходу. Ціни факторів (праця, земля, капітал), які поєднує підприємець для отримання продукту, утворюють доходи власників цих факторів (заробітна плата, земельна рента, відсоток на капітал), що виплачуються ним робітникам, землевласникові і власнику капіталу, щоб розпоряджатися ними, разом з тим є і їх доходами.

3. А. Маршалл говорив про таку функцію, як організація, яка має численні форми, наприклад, організація окремого підприємства, організація різних підприємств, що займаються однією і тією ж діяльністю, організація різних видів діяльності стосовно один одного і державний устрій, що забезпечує безпеку всіх і надає допомогу багатьом. Це дає вагомі підстави для внесення в структуру форм винагороди за використання факторів не тільки прибутку підприємства, а й певною частини податку на прибуток, що виступає в даному випадку не стільки інструментом фіскальної політики держави, скільки інструментом його винагороди «за забезпечення безпеки всіх і організацію допомоги багатьом», тобто за забезпечення загальних умов виробничо-господарської діяльності підприємств [70, с. 132].

4. Функція ефективного і повного задоволення платоспроможного попиту населення на товари і послуги. Потреби суспільства, галузей, регіонів, безлічі підприємств і організацій, кожного індивідуума настільки різноманітні, що ніякий державний орган, нехай навіть за допомогою надсучасної комп'ютерної техніки, не може їх врахувати в повному обсязі. Більш того, з плином часу ці потреби примножуються, і, як показує світова практика останніх десятиліть, персоніфікуються в небачених раніше масштабах. І тільки підприємець, гнучко реагуючи на ситуацію, що складається, здатен успішно врахувати ці потреби і задовольнити їх.

5. Інноваційна функція підприємництва, зумовлена самим характером підприємницької діяльності, прагненням виграти в конкурентній боротьбі, розширити і зміцнити свій сегмент ринку. В умовах жорсткої конкурентної

боротьби зробити це можна виключно за рахунок науково-технічних інновацій.

6. Функція самооновлення та самоорганізації індивідуумів і підприємств, здійснювана у взаємодії з мікро- та макросередовищем їх функціонування з метою зміни середовища проживання до якісно нових форм. [70, с. 145].

Внутрішні або зовнішні фактори відносно підприємства, які мають вплив на формування конкурентоспроможності, становлять дві окремі групи: фактори, що відображають умови зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство, та фактори внутрішнього середовища функціонування підприємства.

Прояв впливу внутрішніх факторів, їх виникнення та інтенсивність підпорядковуються характером та типом діяльності підприємства, рівнем його матеріально-технічного забезпечення й залежать від досконалості системи організації тактичного та стратегічного управління, скоординованості системи менеджменту та ін. Саме за такими факторами характеризуються умови внутрішнього середовища підприємства щодо його можливостей досягнення конкурентоспроможності.

Серед внутрішніх факторів забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу доцільно виділити такі:

1. Організаційна структура керівництва підприємством, рівень професійно-кваліфікаційної підготовки персоналу, організаційна система виробничого апарату;

2. Виробничо-технологічна система оснащення підприємства. Наявність можливостей щодо оновлення виробничого устаткування та впровадження інноваційних технологій з переробки олійних культур підсилює конкурентоспроможність підприємства та покращує результативність діяльності товаровиробника;

3. Забезпеченість сировиною, матеріалами та іншими складовими реалізації виробничого процесу. Вплив на конкурентоспроможність

підприємства мають не лише якісні властивості олійних культур та ефективність їх переробки, а й об'єми наявних відходів в результаті виробничо-господарської діяльності. Адже зниження обсягів готової продукції має наслідком збільшення витрат виробництва, а значить, зменшення прибутку товаровиробника, що в результаті не лише не дозволяє розширити виробництво, а й може призвести до збитковості. Наслідком такої «ефективної» діяльності є зниження конкурентоспроможності. І навпаки, ефективне використання сировини та комплексна її переробка не лише понижують витрати, а й сприяють збільшенню виходу готової продукції;

4. Організація збуту готової продукції та витрати на реалізацію. На підвищення конкурентоспроможності підприємства істотний вплив має саме цей фактор. Адже випуск готової продукції вищої якості при відносно невисокій її собівартості сприяє покращенню результатів виробничо-господарської діяльності. Проте її вплив може бути нівельований як наслідок непродуманої і необгрунтованої збутової політики. Відтак важливим завданням товаровиробника поряд з виробництвом має бути і ефективний продаж високоякісних товарів необхідних ринку, та розширення такого ринку збуту. Така діяльність, з одного боку, відбувається на базі залучення нових покупців та зацікавлення їх виваженою ціновою політикою фірми, а з іншого – на основі залучення за доступними цінами високоякісних матеріалів, сировини та виробничого устаткування, які необхідні для забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції. Ланцюг організаційного забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції наведено на рис.1.2.

Визначаючи адаптивні можливості підприємства до зовнішніх умов його функціонування, слід враховувати галузеву належність й потенційний національно-господарський ефект від його діяльності. А характеристики зовнішнього середовища уможливають досягнення максимально стійкого ефекту господарської діяльності. Тому дана група факторів є найвагомішою

на шляху досягнення стійких конкурентних переваг суб'єкта господарювання, оскільки ці фактори є об'єктом активного впливу з боку самого підприємства [5].



Рис. 1.2. Ланцюг організаційного забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції

Формування зовнішнього середовища відбувається під впливом неоднорідних за своїм походженням факторів. Їх виникнення та сила прояву є незалежними від окремого суб'єкта господарювання та зумовлені характеристиками зовнішнього середовища. За джерелами походження фактори зовнішнього середовища доцільно поділити на три групи, що зумовлено проявами різнорівневого системного впливу:

– галузеві – підлягають ототожненню системних характеристик галузі та визначають основні пріоритети галузевого функціонування (до таких належать: внутрішньогалузеве регулювання, підбір форм та методів досягнення внутрішньогалузевих конкурентних переваг, формування ринкової кон'юнктури);

– загальнонаціональні – формуються на рівні держави, відповідають інтересам національної економіки (характеризують систему державного регулювання економіки, відображають умови формування платоспроможного попиту, рівень та динаміку розвитку інфраструктурних елементів за ринкової системи ведення господарства);

– міжнародні (відображають світові тенденції щодо кон'юнктурних коливань, зовнішньоторговельні відносини, світовий розподіл праці, курси валют тощо) [5].

У сфері функціонування підприємств олієжирової промисловості визначальними факторами формування конкурентоспроможності на засадах зовнішніх чинників є:

1. Вплив державного регулювання на діяльність суб'єктів господарювання (законодавча сфера, грошово-кредитна і фіскальна політика, ліцензування, квотування тощо). Характер податкової політики держави (чинні розміри податкових ставок) визначає рівень прибутковості суб'єкта господарювання, тобто власне держава регулює який саме розмір прибутку буде отримувати підприємство – високий чи низький, або ж зовсім його не отримуватиме;

2. Ринкова кон'юнктура, що формується через систему ринків трудових матеріальних, сировинних та фінансових ресурсів;

3. Рівень розвитку суміжних галузей визначається ступенем розвитку та впровадженням нових засобів виробництва, матеріалів, джерел енергії, інноваційних технологій у родинних та підтримувальних галузях, завдяки чому підвищується науково-виробничий потенціал товаровиробника;

4. Попит через активність споживчого інтересу на продукцію галузі формує рівень очікуваного прибутку, а також визначає положення підприємства на ринку. І навпаки, зниження купівельної спроможності населення, нестабільність або відсутність попиту у споживача на продукцію, або ж зміна якісних вимог покупця щодо товару прямо впливають на конкурентоспроможність підприємства.

На основі аналізу трансформаційних процесів у міжнародному бізнесі встановлено, що найчастіше до основних ознак глобалізації, що зумовлюють динаміку конфігурації цього бізнесу як багатовекторного явища, належать:

- формування глобально функціонуючого виробничого процесу;
- взаємозалежність і взаємопроникнення національних економік, а також створення виробничих й інших утворень без урахування національних кордонів;
- взаємозалежність фінансових систем країн світу і наростання їх фінансової єдності;
- інтенсифікація руху капіталу, товарів, робочої сили;
- труднощі держав у формуванні незалежної економічної політики та зростання ролі і значущості наддержавних інституцій у регулюванні глобальних проблем, особливо щодо глобального управління ресурсами планети, перерозподілу світового доходу тощо.

Ми погоджуємося з думкою Тарнавської Н.П., що держава може посилювати переваги у вигляді факторів за допомогою різних форм втручання (зниження процентних ставок, заходи щодо стримування зростання зарплати, девальвація з метою отримати вигоду за ціною в порівнянні з аналогічним імпортованим товаром, субсидії, амортизаційні знижки і фінансування експорту окремих секторів). Всі ці заходи дозволяють підприємствам знизити відносні витрати в порівнянні з зарубіжними конкурентами [160].

Зважаючи на специфічні особливості у функціонуванні підприємств олієжирової промисловості, необхідно виділити окремі групи факторів, що прямо чи опосередковано впливають на конкурентоспроможність (рис.1.3.).



Рис. 1.3. Функціонально-галузеві фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств олієжирового підкомплексу

Таким чином, на основі аналізу даних груп факторів можна зробити висновок, що конкурентоспроможність на рівні підприємства формується шляхом визначення рівня його потенційної конкурентоспроможності та економічної надійності. Обґрунтування рівня потенційної конкурентоспроможності та економічної надійності дозволяє здійснювати пошук ефективних рішень щодо вирішення комплексних завдань з планування, виробництва та реалізації високоякісної продукції шляхом збалансування всіх складових ефективного розвитку та раціоналізації використання ресурсів.

Успішний розвиток та ефективне функціонування будь-якого підприємства базується на прямій залежності від рівня конкурентоспроможності його продукції та її оцінки споживачами. Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції передує відносна характеристика потенційних можливостей товару задовольняти вимоги споживачів, що визначає її рівень порівняно з продукцією конкурентів в конкретному ринковому середовищі на даний період часу [4, с.34].

При вивченні ринку з позицій комплексності, оцінка рівня конкурентоспроможності продукції слід здійснювати для опрацювання дій за прийнятими рішеннями, що передбачає: оцінка перспектив реалізації продукції, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках; оцінка перспектив залучення кращих зразків вітчизняної та іноземної продукції; обґрунтування та встановлення цін на нові види продукції, що виробляється в Україні, порівняння їх з цінами аналогів іноземного виробництва; контроль за якісними параметрами товарів, що експортуються; призупинення експортно-імпортних операцій щодо товарів в разі їх неналежної модернізації; проведенні інформаційно-рекламної кампанії інноваційних видів продукції вітчизняного виробництва, в т. ч. товарів для експорту з метою оптимізації товарного асортименту; формування стандартів для товаровиробників в сфері сертифікації, стандартизації, дотримання якості та конкурентоспроможності з метою позиціонування вітчизняної продукції та прийняття ефективних рішень.

Як показує практика, з метою визначення рівня конкурентоспроможності продукції доцільно застосовувати широкий спектр різноманітних методів.

А безпосередній вибір та конкретизація методів для визначення конкурентоспроможності знаходяться в прямій залежності від особливостей та специфіки виробництва продукції (товари споживчого призначення або промислова продукція), рівня достовірності та достатнього обсягу інформаційних ресурсів, швидкості одержання кінцевих результатів, а також

існуючих обмежень в процесі застосування запропонованого методичного інструментарію. Залежно від критеріїв оцінки конкурентоспроможності товару методи можна класифікувати за такими ознаками (табл. 1.1).

Оцінка конкурентоспроможності продукції може бути умовно поділена на такі етапи:

- підбір аналогічних видів товарів;
- обґрунтування номенклатурних параметрів та асортиментної політики;
- оцінка рівня конкурентоспроможності продукції.

Тобто, зіставлення параметрів досліджуваної продукції з визначниками бази порівняння відображає процес оцінки конкурентоспроможності продукції. За таких умов є ефективним використання комплексного, змішаного та диференційованого методів.

Диференційований метод уможливорює констатацію рівня конкурентоспроможності товару та дозволяє виявити наявні недоліки, відштовхуючись від аналогічного виду продукції. Втім, даний метод не повною мірою враховує силу впливу споживчих очікувань та складових формування параметрів вибору. За використання системи одиничних показників неможливо в повній мірі оцінити рівень конкурентоспроможності, відтак набули поширення методи комплексного та змішаного оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції [4, с. 35].

Перевагами застосування комплексного методу є використання сукупності параметрів опису якісних і кількісних властивостей товару. В даному випадку мова йде про зіставлення очікуваних корисних ефектів від досліджуваної продукції, на основі її порівняння з базовим зразком. Питомий корисний ефект досягається в результаті переваг аналізованої продукції над запропонованим зразком [86].

Таблиця 1.1

Методи оцінки конкурентоспроможності товару .

Критерій	Види методів
Номенклатура	прямі (враховують ціну та рівень якості, і дозволяють розраховувати інтегральний показник якості або проводити дослідження відношення якість/ціна.);
	непрямі (використовують один з двох основних критеріїв – якість або ціну чи інші критерії, які опосередковано характеризують якість або відношення якість/ціна (для непрямого оцінка споживачем конкурентоспроможності ряду послуг (медичних і туристичних, з ремонту, будівництва житла) використовується критерій «імідж», за яким опосередковано судять про якість послуг))
Стадії ЖЦ товару на період оцінювання	методи, що застосовуються на стадіях проектування та виготовлення продукції, (використовуються для прогнозування конкурентоспроможності, визначення шляхів підвищення якості і зниження ціни споживання нових зразків товарів (на випробувальній базі виробника, як правило, проводяться порівняльні випробування проектного зразка і зарубіжних аналогів за всіма основними показниками якості)
	методи, що застосовуються на стадіях реалізації та експлуатації (використовують торгові і споживчі організації (у торгових організаціях оцінюють конкурентоспроможність на основі обсягу продажу, рівня реалізації, швидкості продажу товарів-аналогів)
Узагальнення якісних і цінових характеристик товару	метод порівняння власної виробленої продукції з продукцією конкурентів за рівнем якості; метод, при якому враховується один, найбільш важливий якісний показник, і продажна ціна; метод, в основі якого аналіз обґрунтованих значущих якісних показників та витрат споживача на придбання та використання (споживання) продукції
Спосіб відбору значущих якісних та цінових аспектів товару	відбір здійснюється суб'єктами оцінювання; відбір здійснюється на основі експертної думки (у т. ч. фахівців зі збутових і виробничих підрозділів підприємства, представників керівництва тощо); відбір здійснюється на основі вивчення думки потенційних споживачів
За показниками, на основі яких здійснено оцінювання	диференційований: з використанням системи одиничних показників; комплексний (використання сукупності параметрів опису якісних та кількісних властивостей товару з порівнянням з базовим зразком); змішаний (використання як одиничних так і системи показників для різних груп товару)
Форма подання результатів оцінювання	розрахунково-аналітичний метод, у т. ч. розрахунок інтегрального показника як: співвідношення групових якісного та цінового показників; добутку індексів по всіх значущих показниках якості і витрат споживання; підсумування зважених оцінок по всіх значущих показниках якості і витрат споживання; метод матричного підходу («Матриця Нільсена» тощо); метод побудови графіків («Багатокутник конкурентоспроможності»)

Оцінка конкурентоспроможності продукції передбачає порівняння значень якісних показників досліджуваної продукції з аналогічними показниками конкурента (вимір відбувається на основі еталонного або базового зразка). Зважаючи на те, що конкурентоспроможність продукції визначає не суто якісні параметри, а рівень відповідності параметрів порівняльного зразка товару, то як базові критерії можуть використовуватись такі характеристики: споживчі потреби; товарні аналоги конкурентів; формоутворювальні елементи попиту та пропозиції; зіставлення ціни та якості.

1.2 Особливості взаємодії елементів організаційно-економічного механізму в системі забезпечення конкурентоспроможності

Оцінка організаційного ресурсу вимагає дослідження існуючої системи управління, розподілу функцій й повноважень в її межах, професійних й особистісних якостей керівників та організаційного клімату [147].

У формуванні організаційного потенціалу та у його використанні особлива роль належить комунікаційним зв'язкам та інформаційним ресурсам. Саме вони забезпечують формотворну складову прийняття ефективних рішень для створення раціональної структури ресурсного потенціалу за умов постійних соціально-економічних змін. Підтримка управлінських рішень в інформаційному середовищі взаємопов'язана з наявними управлінськими ресурсами та базується на застосуванні внутрішніх резервів щодо їх ефективного обліку та розподілу. При цьому, на управлінському рівні суттєво відрізняються вимоги щодо надійності, якості й форми подання інформаційних відомостей залежно від особистісних та професійних характеристик виконавців у сфері менеджменту. Основна підтримка організаційних рішень при формуванні потенціалу внутрішньої системи інформації належить підтримці рішень щодо: взаємодії та

координації різних складових ресурсного потенціалу; оптимізації внутрішньої побудови й результативності взаємодії структурних елементів.

Оскільки інформація виступає основним елементом функціональної системи управління, відповідно узгодження управлінських рішень уможливорює набуття товаровиробниками конкурентних переваг й знижує рівень фінансового ризику при здійсненні господарської діяльності і таким чином підтверджує надійність застосованої інформації.

Як джерело знань інформація застосовується в процесі виготовлення високотехнологічної продукції, що впливає на виготовлення інноваційних її видів та прискорює впровадження досягнень науково-технічного прогресу в систему виробництва товарів та надання послуг.

Формування сприятливого інформаційного простору на основі різнонаправлених (централізованого й децентралізованого) інформаційних потоків набуває вирішального значення в умовах глобалізованого середовища. На нашу думку, централізована система інформаційного забезпечення направлена на створення загальнодержавного інформаційного простору через комп'ютерні бази даних та електронні мережі. Система децентралізованих інформаційних потоків орієнтується на недержавні організаційні структури, приватні підприємства та їх запити щодо створення електронних розробок, програмних продуктів, методів обробки інформації та їх технічного забезпечення.

На своєчасність та ефективність прийнятих рішень щодо застосування технічних інновацій суттєво впливає швидкість збирання та обробки інформаційних ресурсів, їх аналіз та перерозподіл. Формування вихідної інформації на певному етапі реалізації інноваційного процесу вимагає створення вхідної інформаційної бази, а похідна та підсумкова інформація є базовою для побудови наступного рішення.

Швидкий доступ до інформаційних ресурсів досягається завдяки сучасним електронним технологіям в сфері користування ЕОМ, що

забезпечується шляхом створення різноманітних інформаційних систем та ціленаправленим обміном інформаційними відомостями.

Ефективне господарювання в сучасних ринкових умовах, вирішення специфічних завдань у сфері сільськогосподарського виробництва досягається завдяки інноваційній діяльності товаровиробників із застосуванням новітніх досягнень інформаційного забезпечення, що відображає структуру їх функціональної побудови. Основним аспектом такої діяльності є використання ефективних методичних підходів до збирання, обробки та аналітичного опрацювання необхідних інформаційних ресурсів.

Процес формування системи інформаційного забезпечення інноваційного розвитку можна розділити на кілька етапів. У кожному конкретному випадку порядок і тривалість їх здійснення залежать від специфічних особливостей сфери застосування. Для окремої галузі сільськогосподарського виробництва основними етапами його реалізації є: визначення цілей розвитку; організаційно-управлінське забезпечення; структурне наповнення інформаційної системи; створення комунікаційних зв'язків; системи документообігу та ін.

Вимоги до інформації, пропонованої на різних етапах інноваційного розвитку, а також тип і характер інформації, що підтримує цей процес, можуть бути різними. Так, на першому етапі, при постановці цілей розвитку провідну роль відіграють дані зовнішнього характеру: динаміка розвитку економічної системи як в цілому, так і в контексті функціонування конкретних ринків, тенденції формування конкурентного середовища, кон'юнктурні зміни тощо. Внутрішній характер інформаційного забезпечення базується на основі даних щодо характеру та стану виробництва в динаміці, даних про стан кадрової політики, циклічності виробничого процесу.

Розподіл функцій і повноважень у системі управління також не може здійснюватися без інформаційної підтримки. Окремі елементи системи управління мають не лише визначену сукупність повноважень та розподіл

обов'язків, але й формують інформаційні потоки та визначають рольове наповнення інформаційної системи підприємства. Таким чином, інформаційне навантаження на ланки має бути адекватним покладеним на нього повноваженням. [22]

На третьому етапі здійснюється розподіл повноважень за окремими виконавцями в ланцюгу ієрархії управління, через який виражається інформаційне живлення системи. Сутність даного процесу відображається у формуванні системи, покликаної забезпечити документообіг на зовнішньому та внутрішньому рівнях. Така послідовність дій уможливує ефективність управлінських рішень в сфері впровадження інновацій.

На четвертому етапі відбувається збагачення інформаційної системи новими показниками, що характеризують інноваційну діяльність організації в цілому і окремих її ланок; визначається рівень гнучкості та пристосовності до ринкових змін.

Наповнення інформаційної системи показниками ефективності та результативності відбувається на п'ятому етапі формування системи інформаційного забезпечення інноваційного розвитку. Передусім, мається на увазі визначення рівня рентабельності виробництва та реалізації інновацій, окупності проведених досліджень, здійснених науково-практичних розробок та ефективності витрат на рекламну та збутову діяльності.

Перерозподіл інформаційних ресурсів між різними рівнями може супроводжуватися централізацією (на етапі зростання) або децентралізацією (на етапі зрілості) життєвого циклу новації. [20]

В системі інформаційного забезпечення господарюючих суб'єктів нині потребують нагального вирішення такі питання:

- розробка та застосування новітніх інформаційних технологій;
- структуризація та підвищення якості застосовуваної інформації;
- підбір новітніх технологій збирання, обробки та систематизації інформаційних даних;
- підвищення організаційно-економічних можливостей щодо

навчання високопрофесійних спеціалістів у сфері інформатизації;

- удосконалення мережі збирання, передачі та розповсюдження інформаційних ресурсів;

- розвиток науково-дослідної інформаційної інфраструктури.

Інформатизація в галузі управління економічними змінами та виробничими процесами загалом і зокрема трудовими відносинами, в першу чергу спрямована на підвищення продуктивності праці через оптимізацію співвідношення в системі «вартість–виробництво» й підвищення професійного рівня фахівців, що залучені до процесу управління.

Використання новітніх технологій у сфері інформатизації та електронно-обчислювальних технічних засобів й інноваційних комунікаційних зв'язків у галузях економіки передбачає застосування різноманітних методів починаючи від опрацювання нескладних функцій службового зв'язку і до системного ведення аналітичної роботи та підтримки багаторівневих завдань в сфері управління.

В сучасних умовах одним з найперспективніших шляхів залучення новітніх інформаційних технологій є розробка та використання в управлінських процесах систем інформаційного забезпечення нового покоління, що спрямовані на розподіл та опрацювання великого обсягу даних, створення мережі обчислювальних центрів, систем експертної оцінки, інформаційної підтримки в процесі прийняття рішень, повної автоматизації робочих місць у сфері планової та координаційної діяльності.

Інформаційні потоки науково-технічних даних, які виходять з наукових центрів та проходять на своєму шляху виробничу нішу, трансформуються в матеріальні потоки, відповідно, створюється вихідна продукція. В подальшому відбувається традиційний товарорух, де частина продукції надходить до споживача, а інша частина спрямовується на подальше зберігання, доробку, транспортування, а також надходить до збутових мереж підприємств й підлягає реалізації. Управління такими потоками в межах

корпоративної побудови системи доцільно здійснювати за допомогою логістичної служби, що є одним із джерел по зменшенню витрат [2, с. 87].

Одним з важливих інструментів досягнення переваг в конкурентній боротьбі є логістика, яка в сучасному глобалізованому світі допомагає підприємствам зосереджувати діяльність на виробництві конкурентоспроможної продукції, передаючи функції просування та збуту продукції спеціалізованим суб'єктам. Невизначеність економічного середовища та складність ведення системи господарювання, постійні зміни в сфері законодавчого регулювання мають наслідком потребу у використанні логістичних засобів як чинника розвитку та важливого фактора по забезпеченню зміцнення економічної бази вітчизняних суб'єктів господарювання. На рівні глобальної логістичної мережі діяльність її суб'єктів потребує розробки відповідних підходів по досягненню стійкості та створення надійного потенціалу для інноваційного розвитку учасників такої системи. Такий розвиток базується на логістичних складових та сприяє появі значної кількості підприємств та організацій, що характеризуються інтеграційними властивостями, значним потенціалом до створення інноваційної продукції й високим рівнем адаптивності до сучасних ринкових умов [10, с. 59].

Таким чином, логістична система виступає основою потужної організації функціонування великої кількості підприємств, що будують свою діяльність на принципах логістики. Тобто, логістична система може трактуватись як підсистема економічної системи, що утворюється за умов руху потоків інтеграційних елементів, які виконують логістичну діяльність. Отже, логістичні потоки у формі матеріальних, фінансових, кадрових, інформаційних, транспортних та ін. елементів лежать в основі створення логістичної системи і диференціації її на окремі підсистеми [19].

Тому, з метою визначення особливостей функціонування логістичної системи на галузевому рівні, до подальших досліджень слід віднести проблему формування логістичних структур на макрорівні.

При цьому виникає потреба у встановленні міжгалузевих взаємозв'язку в межах системи управління логістичними системами та визначення ролі утворення логістичної системи в межах регіональних об'єднань. За умов гострої конкурентної боротьби за ринки збуту, інноваційного розвитку суб'єктів господарювання питання ефективної побудови логістичної системи визначаються як пріоритетні, а розміщення інтегрованої логістичної системи сприяє досягненню високих результатів в процесі діяльності [84].

Особливості зазначеної взаємодії окремих елементів у системі формування організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентно-спроможності продукції дозволяють виділити групу показників оцінка ефективності їх використання (табл. 1.2.).

Так, при формуванні організаційного потенціалу стан потенціалу ресурсів може залежати від організаційних механізмів й конкретних важелів впливу на ресурси. Такі залежності спостерігаються й в організаційному потенціалі (організаційний потенціал складають управлінський потенціал і організаційний клімат).

Основа організаційного потенціалу складає організаційний ресурс її керівників – функція повноважень, влади, лідерських властивостей, використовуюваного стилю управління й ціннісних установок. Сукупність таких складових організаційного ресурсу в загальному випадку може бути інтегрована суією ресурсів керівництва (для досягнення цілей організації).

Таблиця 1.2

Вплив складових організаційного потенціалу забезпечення конкурентоспроможності на ефективність їх використання

Складова	Виробничого потенціалу	Ресурсного потенціалу	Ринкового потенціалу	Кадрового потенціалу
Ефективність				
Виробничого потенціалу		Витрати ресурсу на одиницю нової продукції порівняно з витратами на одиницю освоєної продукції за середньогалузевими показниками	Співвідношення ринкового і виробничого потенціалу	Продуктивність праці
Ресурсного потенціалу	Порівняльна прибутковість від залучення одиниці ресурсу у виробництво нової продукції порівняно з іншими галузями		Порівняльна ефективність використання даного ресурсу у продукції порівняно з іншими видами	Частка браку. Відходи при обробці сировини
Ринкового потенціалу	Рівень конкурентоспроможності	Дефіцит ресурсів		Рівень задоволення споживачів
Кадрового потенціалу	Рівень задоволення працею	Частка ресурсів, витрачена на виробничий брак	Співвідношення темпів приросту (падіння) обсягів збуту і зростання (зниження) місткості ринку	

Необхідно відзначити, що стан потенціалу організації на різних етапах життєвого циклу відрізняється, незважаючи на загальні для всіх прояви нестабільності. Так, в період народження організації ключовим фактором, що забезпечує можливість її переходу в стадію зростання, є усвідомлення свого потенціалу. На цьому етапі необхідно закріпитися на ринку, оскільки саме ринкові фактори є визначальними для її подальшого існування. Найчастіше до закінчення періоду створення організація відчуває певні обмеження в освоєнні своїх ринкових можливостей. Тому перехід на наступний етап можна здійснити шляхом пошуку нових ринків, які дадуть поштовх до зростання ефективності використання ресурсів.

Збирання, аналіз й оцінка достовірності даних про стан зовнішнього середовища підтримують рішення, пов'язані з розробкою стратегічних планів, коригуванням структури потенціалу ресурсів на етапах життєвого циклу організації й зміною організаційного клімату [181].

Використання створених на цьому етапі ринкових можливостей має обмеження, оскільки відбувається пошук внутрішніх резервів для використання досвіду щодо забезпечення розвитку. Вдосконалення технологій виробництва, підвищення якості продукції, реструктуризація, запровадження нових управлінських технологій створюють основу для входження в етап зрілості.

Зрілість організації характеризується значно меншим зовнішнім ростом, але може тривати протягом більш тривалих часових проміжків. Слідом за станом, який характеризується як межа експлуатації внутрішніх можливостей, не завжди настає занепад, організація може почати новий цикл, що, в свою чергу, викличе потребу в повній перебудові системи управління, виходу на новий ринок, тобто, насправді, зумовить потребу формування нового потенціалу.

Процес формування організаційного потенціалу можна розділити на кілька етапів. У кожному конкретному випадку, порядок їх здійснення,

тривалість кожного етапу можуть істотно відрізнятись, але в загальному вигляді цей процес може бути поданий наступним чином (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Процес формування організаційного потенціалу.

Наслідком перших (двох) етапів є коригування організаційних комунікацій й можлива зміна інформаційного простору. Для здійснення нових функцій менеджера необхідна інформація, а її отримання пов'язане з новими контактами, котрі можуть змінити сформовану систему комунікацій. Перерозподіл інформаційних ресурсів між рівнями може супроводжуватися централізацією (на етапі зростання) або децентралізацією (на етапі зрілості) повноважень [49].

Вимоги до інформації, що висувається на різних етапах формування організаційного потенціалу, а також тип і характер інформації, підтримує цей процес, можуть бути різними (рис. 1.5).

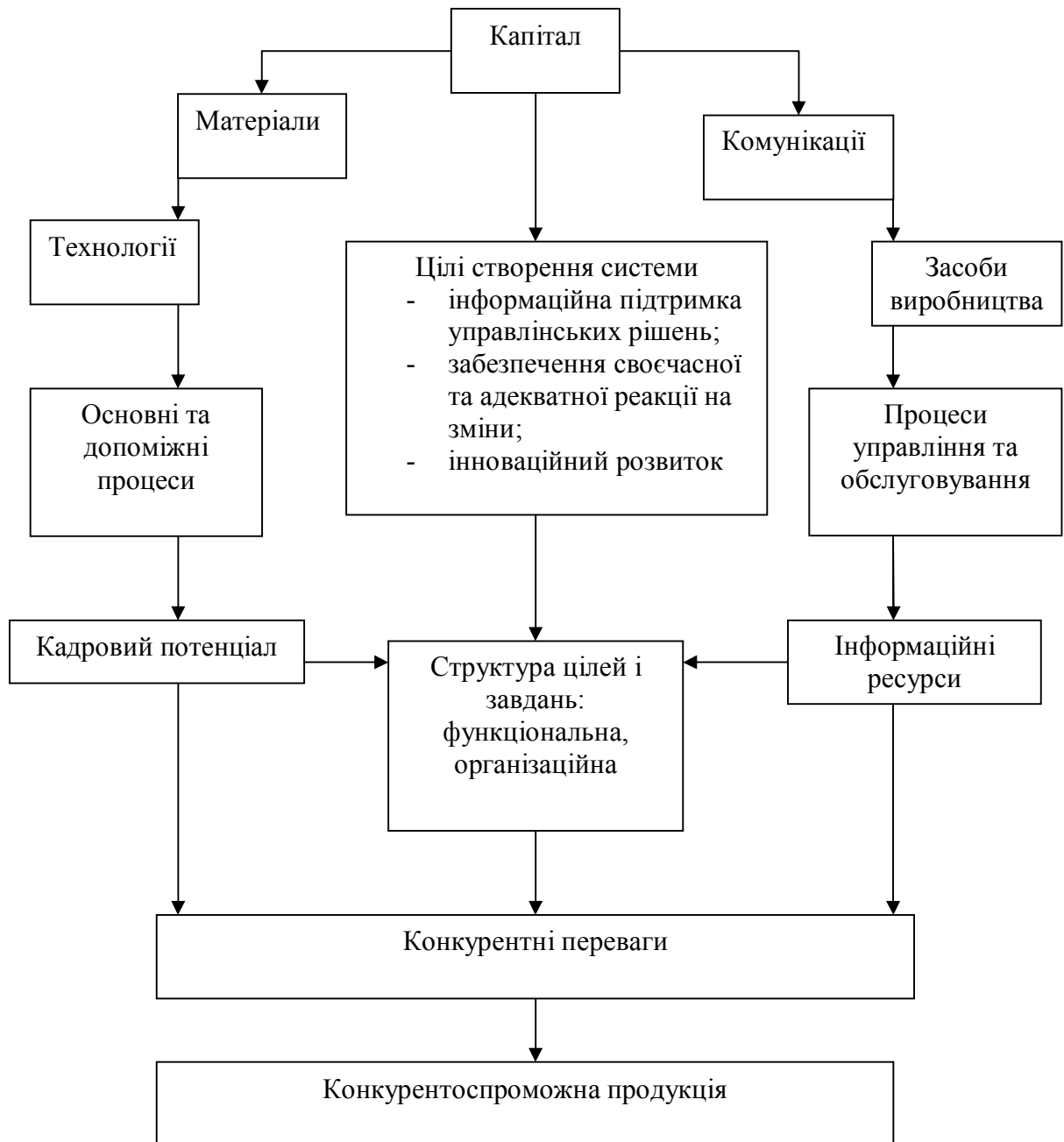


Рис. 1.5. Базові елементи формування інформаційної системи організаційного потенціалу

Так, на першому етапі, при постановці цілей, провідну роль відіграють дані зовнішнього характеру: тенденції розвитку економіки в цілому й конкретних ринків, стан конкурентного середовища, динаміка платоспроможного попиту й інформація внутрішнього характеру: дані про стан виробничого і кадрового потенціалів, як продукції що випускається, та

інші особливо важливі при виробленні критеріїв оцінка ступеня досягнення цілей.

Другий етап, на якому відбувається розподіл функцій і повноважень в системі управління, також не може здійснюватися без інформаційної підтримки. Кожна ланка системи управління отримує не тільки певний баланс повноважень і відповідальності, але й інформаційних потоків і ролей в інформаційній системі організації. Таким чином, з метою недопущення перевантаження структурних ланок інформаційне навантаження на них повинне бути розподілено адекватно їх повноваженням.

Третій етап формально закріплює інформаційні ролі за ланками системи управління, що має частково формалізувати інформаційну систему організації. Цей етап полягає у створенні системи внутрішнього та зовнішнього документообігу, який повинен підтримувати систему розробки і прийняття управлінських рішень.

На четвертому етапі відбувається збагачення інформаційної системи новими показниками, що характеризують діяльність організації в цілому і окремих її ланок. Наприклад, підприємство, яке функціонує в гнучкому конкурентному середовищі, може особливу увагу приділяти асортименту продукції, в цьому випадку, такі показники, як час введення в масове виробництво нових виробів або частка новинок у загальному обсязі збуту продукції є для нього надзвичайно важливими для оцінювання гнучкості і пристосовності до ринкових змін.

На кінцевому етапі здійснюється доповнення інформаційної системи що створена новими показниками, до яких відносять: узагальнюючі показники результативності та ефективності: окупності досліджень і розробок, рентабельності виробництва і продажів, ефективності здійснених витрат на рекламу та просування.

Отже формування інформаційної системи організаційного потенціалу буде направлено на підтримку конкурентоспроможності та об'єднувати технологію, засоби й методи реалізації й буде формувати ефективний

організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції.

1.3 Інноваційні засади забезпечення конкурентоспроможності

Основою сучасної методології визначення ефективності інновацій є міжнародні стандарти. З метою опрацювання питань щодо координації робіт з питань науки і техніки на початку 60-х років минулого сторіччя Організацією економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) було запущено пілотний проект, у рамках якого група експертів розробила документ «Керівництво Фраскаті» де запропоновано стандартизовану практику для обстеження досліджень і експериментальних розробок. Походження назви документа пов'язано із назвою міста Фраскаті (Італія), в якому було затверджено першу версію методичних рекомендацій для обстеження досліджень і експериментальних розробок. Вже у 2004 р. було прийнято останню редакцію де, згідно з вищевказаними рекомендаціями «інновацією» слід вважати результат інноваційної діяльності, що отримується внаслідок: реалізації вдосконаленого або нового продукту, який було запропоновано ринку; вдосконаленого або нового технологічного процесу, який було застосовано на практиці або в невідомому раніше підході до забезпечення соціальних послуг для споживачів [147, С. 31].

Досліджуючи ретроспективу даного питання, в першому нормативно-правовому документі Європейського Союзу в контексті «Зеленої Книги про інновації» в середині 90-х років ХХ ст. запропоновано тлумачення поняття «інновація», що трактується як [2, С. 89]:

- удосконалення та підвищення якісних характеристик товарів та послуг;
- розширення меж реалізації продукції, впровадження нових методів виробництва, просування на ринок;

- впровадження якісно нових форм управління, організаційних методів, умов праці, підвищення кваліфікації кадрів.

У Регламенті № 294/2008 Європейського парламенту від 11.03.2008 р. «Про створення Європейського інституту інновацій та технологій» наведено дещо інше роз'яснення терміна «інновація», що розглядається як процес, або його кінцевий результат, за наявності якого нові суспільні ідеї, що відповідають його економічним потребам та створюють нові товари, послуги чи підприємницькі моделі, які успішно запроваджено на ринку, чи потенційно здатні формувати нові ринково-організаційні моделі [3, С. 90]. Такий виклад сутності поняття, на нашу думку, можна трактувати як статистичне подання матеріалу.

Розглядаючи динаміку розвитку моделей інноваційного процесу, слід звернути увагу на те, що опис першого покоління лінійної моделі інноваційного процесу відносять до 50-х років минулого ст. Ф. Янсен називає їх «підштовхувальними технологіями». Вони превалювали з середини 50-х до кінця 60-х рр. XX ст. . У даних моделях інноваційний процес розглядався як «процес відкриттів, в якому нові знання трансформуються в нові продукти, проходячи певні етапи» [193, С. 118]. У відповідності з цією моделлю для отримання результатів у вигляді нових продуктів або послуг необхідно було сконцентрувати зусилля на фундаментальних і прикладних дослідженнях. На ті роки вважалось що момент перетворення результатів останніх у нові продукти або послуги може здійснюватись «автоматично».

На рубежі 60–70-х рр. XX століття, зі зростанням конкурентної боротьби і започаткованим зміцненням зв'язків між виробниками і споживачами, з'явилося друге покоління моделей, названих «підтягуваних попитом». Це було задоволення запитів, що надходили з ринку. Подальший розвиток технологій привів до скорочення життєвого циклу товарів і ще більшого посилення конкуренції, що в свою чергу породило необхідність більш тісного взаємозв'язку дослідницької стадії з іншими етапами реалізації інноваційного

процесу. Нельсон Р. в своїй роботі «Еволюційна теорія економічної зміни» [193, С.119] називав третє покоління моделей інноваційного процесу «інтерактивними». Інноваційний процес, що описується даними моделями, починався з маркетингового дослідження, після чого слідувало концептуальне опрацювання можливостей виробництва, потім проектування продукту, його виробництва і збуту.

У третьому поколінні моделей основною відмінною рисою, відсутньою в описах перших двох, є наявність двох типів взаємозв'язків структурних елементів процесу: внутрішніх – між підрозділами підприємства і зовнішніх – з замовниками, постачальниками, підрядними організаціями та ін.

Революційна організація виробництва на японських підприємствах, що отримала назву «ощадливе виробництво», до середини 1980-х років привела до появи наступного покоління моделей інноваційного процесу – «інтегрованих» [196, С. 97]. У них акцент робився як на інтеграцію досліджень і розробок з виробництвом, так і на більш тісну взаємодію з зовнішніми структурами. Помітно підсилюється горизонтальне співробітництво: створювалися спільні підприємства, компанії почали зливатися в стратегічні концерни.

У 90-х роках ХХ ст. з розвитком комунікаційних технологій акценти бізнес-інженерів змістилися з інтеграції на створення мереж. К. Фріман визначає «інноваційну мережу» як «обмежене число явних зв'язків з переважаючими партнерами з метою зниження статичної та динамічної невпевненості» [199, С. 99].

При цьому п'ятій моделі інноваційного процесу притаманні такі особливості, як високий рівень організації системи інтеграції, гнучка організаційна структура, розвинені бази даних та ефективні канали, які забезпечують і підтримують зовнішні зв'язки. У даному поколінні моделей особлива увага приділяється використанню електронних засобів зв'язку – інформаційних і комунікаційних технологій – для забезпечення та зміцнення внутрішніх і зовнішніх зв'язків підприємства. При

цьому обмін інформацією виділяється як ключовий момент при описі п'ятого покоління моделей інноваційного процесу. Однак з початком нового тисячоліття стало очевидно, що інформація і дані були тільки одним з безлічі елементів, необхідних в інноваційному процесі, і що конкурентоспроможність в наші дні базується на такому елементі, як «приховані» знання, які лягли в основу опису нового покоління моделей інноваційного процесу. Як відзначали Б. Карлсон і Р. Станкевич, підприємства відрізняються одне від одного інформацією, якістю та інтенсивністю використання знань, які у них є, а також тим, як вони навчаються [197, С. 108].

Серед основних елементів шостого покоління моделей інноваційного процесу можна виділити: єдину мову, що застосовується в організації; нематеріальні активи як головний ресурс; наявність механізмів управління ними; гнучкість організаційної структури; мобільність ресурсів; власників (співвласників) як одну з найважливіших ланок стратегії; залученість вищого керівництва підприємства в інноваційний процес через систему мотивації; відмова від прямої конкуренції через стратегію інтеграції з конкурентами. Перераховані особливості, притаманні шостому поколінню моделей, що описують інноваційний процес та дозволяють визначити його як багаторівневу систему, що створює свого роду інфраструктуру для розробки і реалізації нововведення, що вимагає адекватного механізму координації та управління діяльністю всіх учасників (як по горизонталі, так і по вертикалі) з метою досягнення збалансованих інтересів [197, С. 108].

Інновації є результатом інтелектуальної праці: по-перше, це нова ідея, продукт, послуга; по-друге, це впровадження нового у виробничу систему, в результаті чого сама виробнича система змінюється, переходить в якісно новий стан. Інновації як правило реалізуються в інформаційній, ресурсозбережній, мотиваційній та інших функціях.

Інноваційна діяльність – це процес втілення результатів інтелектуальної праці. Інноваційно-інвестиційний процес – це закупівля або

самостійне отримання результатів інтелектуальної праці, матеріалізованої в нових машинах і технологіях, впровадження їх у виробництво і створення економічного прибутку. Зміст інноваційно-інвестиційних процесів розкривається в двох аспектах: зовнішньому і внутрішньому.

Зовнішній зміст – це функціонування інноваційно-інвестиційних процесів у навколишньому світі, освоєному і перетвореному людиною на основі інтеграційної взаємодії людини і природи, тобто економічний, соціальний, правовий, екологічний аспекти аналізу досліджуваних процесів (саме діяльність людини є основним чинником забруднення навколишнього середовища, тому акцент зроблено на екологічний чинник).

Внутрішній зміст – це саморегулювання, що охоплює здійснення інноваційного розширеного відтворення з використанням як збереженого виробничо-технічного потенціалу, що отримав розвиток на якісно новій індустріальній основі, так і новоствореного ефективного, який максимально втілив у собі інтелектуальний продукт і, як наслідок, дозволяє досягти конкурентних переваг у виробництві продукції. Пропонується досліджувати зміст процесів забезпечення конкурентоспроможності в єдності цілей, завдань і засобів їх досягнення. Кінцевий результат інноваційних процесів в реальному секторі економіки в трансформаційних умовах обумовлює рівень конкурентоспроможності кінцевої продукції. Як показує практика, саме інновації визначають рівень розвитку національної економіки, характер конкуренції на галузевих ринках, періодичність їх спадів і підйомів та ін.

При цьому конкурентна перевага – це об'єктивно або суб'єктивно зумовлена здатність учасників ринку створювати більш вигідні для себе умови для забезпечення виробництва сировиною, збуту товарів і послуг, встановлення «своїх» правил гри, а також формування у свідомості партнерів і потенційних споживачів позитивного іміджу.

Таке трактування понять використано при розкритті сутнісних характеристик окремих елементів інноваційно-інвестиційних процесів з

метою виробництва конкурентоспроможності продукції та досягнення конкурентних переваг (рис.1.6).

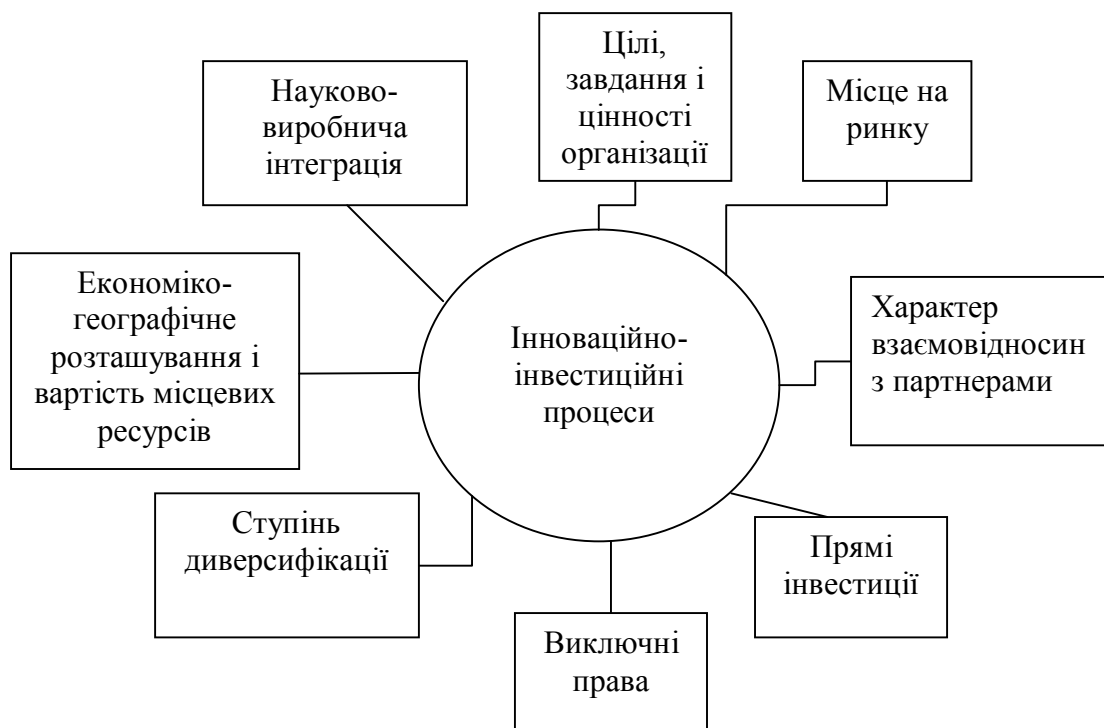


Рис. 1.6. Складові елементи конкурентних переваг, що визначаються за реалізації інноваційно-інвестиційних процесів

Виникнення інновацій зумовлено суспільними потребами, які постійно зростають, що в свою чергу викликає необхідність постійного вдосконалення товарів і послуг та ставить перед наукою все нові й нові завдання щодо збільшення кількості розробок й підвищення реалізації нововведень на практиці. Передусім, інновації базуються на наукових відкриттях та винаходах, що передбачає врахування споживчих цінностей ще на початку наукових досліджень. Тобто, в основі нових наукових розробок лежить доцільність, продиктована суспільством, щодо практичного їх використання.

З метою забезпечення конкурентоспроможності необхідно визначити елементи реалізації інноваційного процесу та їх взаємодію. (рис. 1.7).



Рис. 1.7. Структура поелементної взаємодії складових інноваційного процесу

Структура життєвого циклу інновації наведена на рис. 1.8. Суттєві зміни можуть спостерігатись на завершальних етапах життєвого циклу, коли попит на продукцію може бути зміненим (зростати) через надходження на

ринок удосконаленої чи нової продукції або появи нових ринків, де буде реалізовано вже виготовлену продукцію.

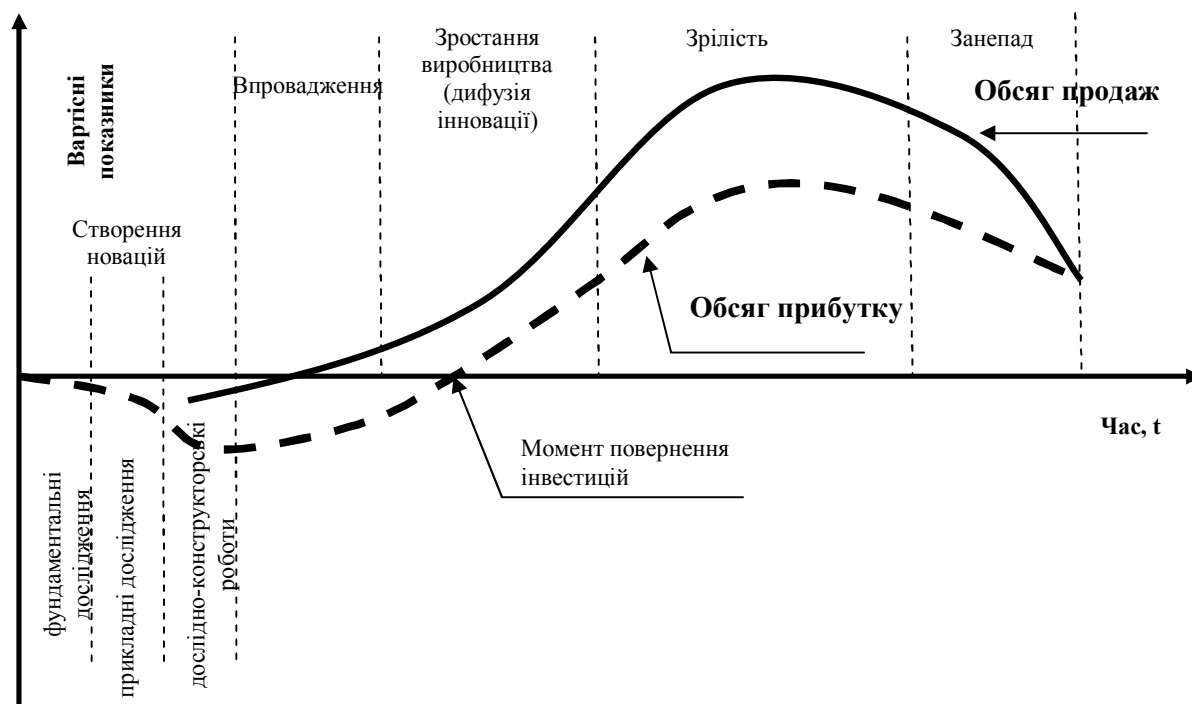


Рис. 1.8. Структура життєвого циклу інновації

Джерело: автором систематизовано та узагальнено [189]

Ефективним шляхом продовження тривалості життєвого циклу інновацій є зниження ціни на товар та рекламні заходи. Разом з тим, слід звернути увагу на те, що відсутність робіт науково-дослідницького характеру, не додає ефекту зазначеним маркетинговим заходам. Таким чином підприємства, що працюють над розробкою чи збутом інноваційної продукції, знаходяться в постійному пошуку щодо створення чи удосконалення своєї продукції чи послуг.

Оскільки, інновації впроваджуються в усіх сферах людського життя, розповсюдження інновацій зумовлює протиріччя між новим і вже існуючим. Така дилема є характерною й для агроподовольчої сфери. У АПК основоположним чинником економічного зростання є поглиблення

інноваційних процесів і розвиток ринку новацій. Ми поділяємо думку. Ушачьова І. Г., щодо структурної побудови інноваційного типу розвитку, де виділяються три складових елемента: а) технологічні інновації; б) інновації в розвиток кадрового потенціалу; в) біологічні інновації [173, С. 6].

Оскільки агропромисловий комплекс (АПК) є одним з найбільших секторів в економіці України, він має потужний земельний, кадровий та матеріально-технічний потенціал. Відтак, залучені інновації спрямовуються у значну кількість підприємств різних галузей, а також в організаційну діяльність науково-дослідних установ, що забезпечують діяльність АПК. Незважаючи на істотні зрушення в системі ведення сільськогосподарського виробництва, галузь донині залишається однією з найконсервативніших, особливо це стосується господарств населення. Тому, без нововведень не може бути швидкого розвитку агропромислової сфери.

Через довготривалість розробки та процесів випробовувань на практиці фундаментальних інновацій у сфері агропромислового виробництва, простежити результативність певних наукових досліджень в можна лише за період 10-15 років, а визначити максимальну віддачу через 15-20 років з моменту розгортання діяльності з певного напрямку досліджень, за умови належного фінансового забезпечення таких робіт.

Апробація та практична реалізація новацій стримується за певних обставин, серед яких основними є низький рівень платоспроможності підприємств та якість й повнота інформаційних ресурсів щодо новітніх вітчизняних і зарубіжних розробок в агропромисловій сфері.

Проведення досліджень потребує постійного фінансування та підтримки з боку держави, оскільки від їх результативності залежить рівень розвитку вітчизняної науки та якісні зміни в усіх сферах життєдіяльності її громадян. Це істотно впливає на поширення наукової та технічної конкурентоспроможної продукції, техніки й технологій на українському ринку, що за своїми якісними параметрами подекуди перевершують зарубіжні аналоги. Передусім така закономірність стосується технологій виробництва. Тому,

фінансова підтримка здійснення інноваційної діяльності потрібна на інших етапах реалізації інноваційного процесу, адже саме стимулювання впровадження частково формує попит на розробки, здійснені вітчизняними науковцями.

Як свідчить досвід стимулювання інновацій, важливість інноваційної складової для економіки зарубіжних країн має тенденцію до посилення ролі інноваційної діяльності. Підтримка інноваційної діяльності на рівні держави в економічно розвинених державах відбувається через взаємодію таких механізмів як фінансовий, податковий, регуляторний та розвинута система патентування і ліцензування.

Основними складовими державної політики щодо податкової підтримки в сфері інноваційної діяльності в розвинутих країнах Заходу є: подовження термінів внесення податкових платежів у випадку наявності додаткових витрат, які були понесені в процесі впровадження інновацій; зниження величини податку прямо пропорційно сумі витрат, що спрямовані на інноваційні цілі; податкові пільги у вигляді звільнення на декілька років від сплати податку на прибуток, що одержано в процесі здійснення інноваційних проектів; оподаткування дивідендів на пільгових умовах, які отримано від акцій підприємств, що займаються інноваційною діяльністю; для створення резервних ресурсів на державні замовлення та науково-дослідні й дослідно-конструкторські розробки за спільної участі декількох партнерів в тому числі – іноземних, за рахунок зниження величини податку на прибуток; пільгове оподаткування пріоритетних інноваційних програм та проектів; зниження рівня прибутку, який оподатковується, на вартість обладнання та устаткування, що підлягає передачі у інноваційні організації, вищі навчальні заклади, НДІ та ін.; зниження рівня прибутку, який оподатковується, на суму внесків до благодійних фондів, які фінансують інноваційні програми та проекти; зарахування інноваційним організаціям частини податку з прибутку на спеціальні рахунки, за умови їх подальшого використання на фінансування інноваційних програм та проектів. Нині в

Україні на практиці застосовується лише остання з перелічених пільг, на жаль, такий стан справ недостатньо сприяє розвитку інноваційного сектора в державі.

Створенню дієвої служби маркетингу в наукових установах сприятимуть заходи активізації інноваційної діяльності. Така служба має поєднувати маркетингові дослідження з патентно-реферативною діяльністю, що дозволить здійснювати пошук зарубіжних аналогів і найновіших розробок та планувати діяльність щодо просування на ринок науково-інноваційних досягнень.

На нашу думку, для вдосконалення системи матеріального стимулювання авторів інтелектуальних розробок необхідно проводити відрахування таким авторам певної частки від вартості реалізації таких наукових розробок на умовах ліцензійних угод, що одержані науковими організаціями, інститутами, дослідницькими установами та ін.

Оскільки інновації є результатом інноваційної діяльності, то вони можуть розглядатись як засіб підвищення конкурентоспроможності продукції, зміцнення ринкових позицій та сприятимуть комерційному успіху підприємства [175, С. 219]. Відтак, інноваційну діяльність зорієнтовано на застосування на практиці інтелектуального та наукового потенціалу в новоствореному продукті чи процесі технологічного характеру. Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» «інноваційна діяльність» – це діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [33]. Таким чином, інноваційна діяльність поєднує в собі результати наукових досліджень, відкриттів та винаходів, а також розробок у новому продуктів, процесів чи технологій.

Згідно з законопроектом «Про внесення змін до Закону України “Про інноваційну діяльність» під інноваційною діяльністю слід розуміти діяльність, яка направлена на використання та комерційну реалізацію результатів досліджень та розробок у сфері науки і спричиняє появу на ринку

нових зразків товарів та послуг, більш конкурентноспроможних у порівнянні із уже існуючими світовими аналогами [136]. Як бачимо, у законопроекті «Про внесення змін до Закону України «Про інноваційну діяльність» запропоновано доповнення визначення висловом «... у порівнянні із вже існуючими світовими аналогами».

Інноваційний процес є одним з ключових понять проблематики інновацій (рис. 1.9). Як зазначає Б. Твісс [166] під інноваційним процесом слід розуміти трансформацію наукового досвіду, знань, цілей, ідей, винаходів та відкриттів у фізичну субстанцію (нововведення), яка видозмінює суспільний вимір. Тому інноваційний процес має чітке спрямування на досягнення кінцевого результату, тобто, якогось окресленого соціально-економічного, технологічного, технічного чи екологічного ефекту. Таким чином відбувається послідовний перехід ідейної складової інноватики у фізичновимірну величину.

Під інновацією можна вважати процес, зміну, об'єкт, результат або систему, які [147]:

- надають соціально-економічній системі конкурентні переваги;
- забезпечують досягнення цілей соціально-економічної системи та забезпечують її стійкість;
- застосовуються в практичній діяльності;
- підтверджуються об'єктами інтелектуальної власності;
- мають комерційну окупність;
- є похідними від процесу генерації ідей та фундаментальних і прикладних досліджень.

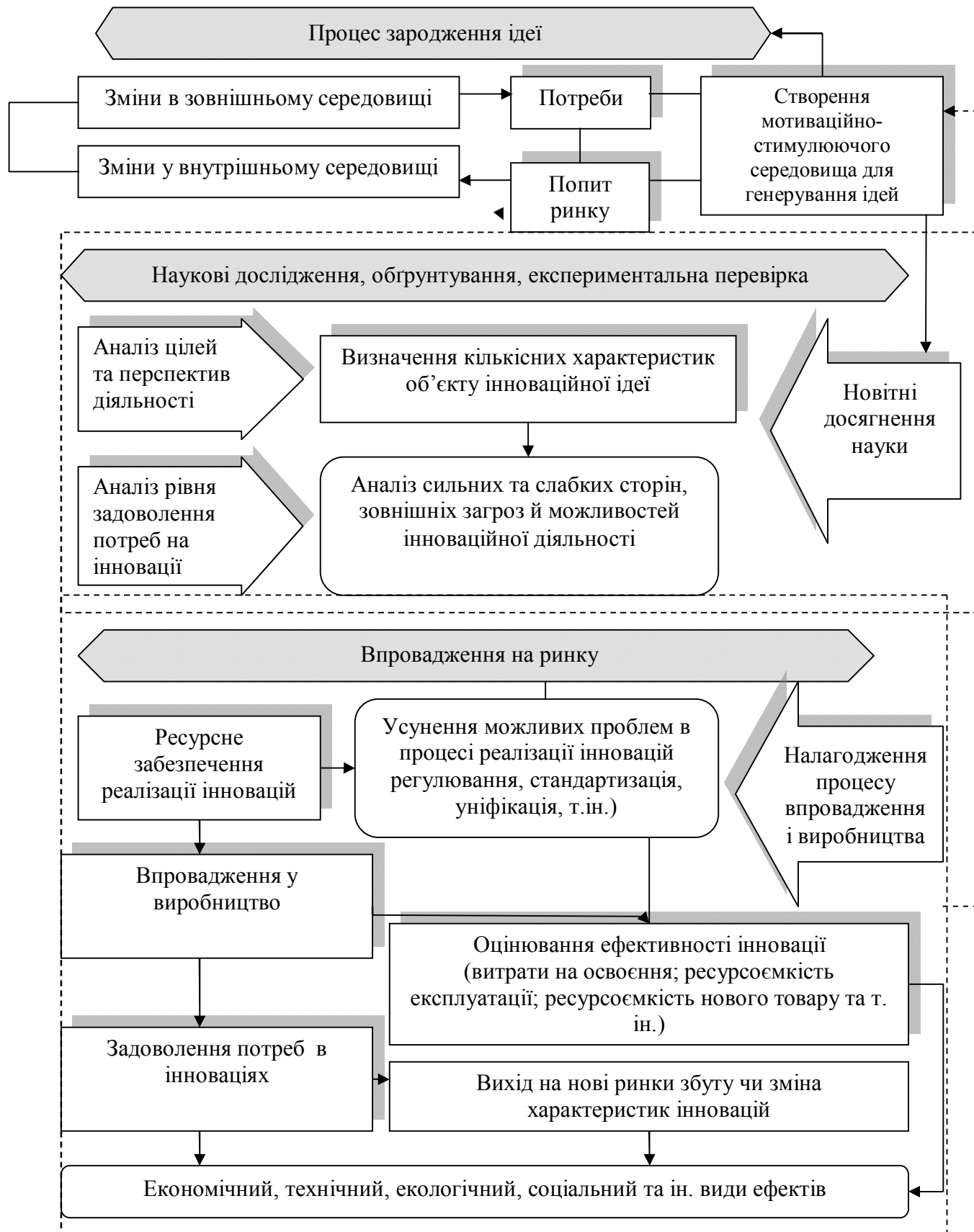


Рис. 1.9. Інноваційна модель розвитку агропромислового комплексу

Джерело: авторський варіант систематизації

Створення моделі інноваційного розвитку для агропромислового секторі економіки на принципах адаптивності і здатності забезпечувати синергетичний ефект можливе за умов дотримання збалансованості в складових потенціалу з орієнтацією на основоположний в цільовій спрямованості біологічний потенціал. Навколо біологічного потенціалу повинні формуватися інші види потенціалів як умови реалізації потенційних можливостей сортів рослин, технологій. У забезпеченні синергетичного ефекту від організаційної взаємодії потенціалів підприємства вирішальна роль відведена організаційно-управлінському потенціалу. [144]

Необхідно відзначити, що перебіг інноваційного процесу передбачає фазовий взаємозв'язок складових елементів. Структура його реалізації базується на трансформації задуму, ідеї щодо створення новації в певний ринковий продукт, та практичне її впровадження. Принагідно зазначимо, що результативність такого процесу детермінується послідовно, після практичного впровадження на ринку. Відтак, базові етапи реалізації інноваційного процесу мають здійснюватися висококваліфікованими фахівцями науково-дослідних установ й організацій. Наступним кроком у такому процесі виступає забезпечення охоронної документації, що й свідчить про готовність наукової розробки до її трансформації в стан інновації.

Основні результати розділу опубліковані в наукових працях автора [95, 96, 97, 100, 120, 121].

Висновки до розділу 1

Узагальнення наукових підходів щодо розкриття сутності конкурентоспроможності показує, що в основі усіх існуючих узагальнень лежить різноспрямованість їх класифікації, здійснена на основі поведінкових, структурних та функціональних чинників, що визначають специфіку підходу. Основою зазначених наукових підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності як результату високого ступеня ефективності виступає

перспективність застосування порівняльних методик оцінки конкурентоспроможності на рівні як підприємства так і за конкретними видами продукції, що за умов трансформаційних процесів набувають виняткового значення, зокрема в частині їх інноваційного розвитку.

Ефективне функціонування підприємств в межах окремої галузі базується на організації взаємозв'язків між такими складовими як правова та інформаційна інфраструктури, спеціалізовані інноваційні центри та фінансові інститути, що сприяють стимулюванню науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт в інтересах розвитку промисловості й регулювання процесів передачі результатів досліджень в середовище їх використання і направлені на вирішення завдання з прискорення формування інноваційного бізнес-середовища.

Інноваційна складова розвитку вітчизняних підприємств зумовлює прояви взаємозв'язків виробничого та науково-технічного напрямків діяльності, розширює межі інвестування і виявляє необхідність розширеного розгляду інновацій в системі комплексних дій підприємства, а не лише в межах реалізації організаційних заходів з підвищення ефективності господарювання, що в цілому впливає на загальний розвиток інноваційної інфраструктури національної економіки.

За ринкової економіки інноваційний розвиток підприємств в оглядовій перспективі може бути реалізовано лише за умови впровадження науково-технічних розробок у виробництво. Суттєвому підвищенню ефективності використання досягнень науково-технічного прогресу сприятиме запровадження інноваційної моделі розвитку усіх галузей національного господарського комплексу, що в свою чергу створить необхідні умови на шляху оптимізації економічної діяльності. Вдосконалення науково-технічного потенціалу держави та розвиток його організаційної побудови відповідно до ринкових вимог сприятиме підвищенню інноваційної активності олієжирового підкомплексу.

РОЗДІЛ 2

ФОРМУВАННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ОЛІЄЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

2.1 Аналіз розвитку та оцінка сучасного стану функціонування олієжирового підкомплексу України

Однією з форм галузевої структури АПК є поєднання взаємопов'язаних стадій одного виробничого процесу, що охоплює виробництво, переробку і реалізацію сільськогосподарської продукції. Циклічність такого взаємозв'язку повною мірою відображає олієжировий підкомплекс.

У формуванні світових і вітчизняних продовольчих та кормових ресурсів олійні культури займають чвльне місце. Продукція олійних культур – сировина для продовольства, технічна олія для виробництва біопалива, кормів із високими біологічними властивостями й значним вмістом активних речовин і широким набором мікро та ультрамікроелементів, вони є добрими медоносами.

Ця група об'єднує культури, насіння та плоди яких містять багато олії і є основною сировиною для її одержання. Серед олійних культур розрізняють власне олійні, які вирощують виключно для одержання олії, та культури комплексного використання, з яких олію одержують як побічний продукт. До першої групи належать соняшник, ріпак, рицина, гірчиця, рижій та ін.; до другої – льон-довгунець, коноплі. До олійних відносять також сою, яка має різностороннє використання. Насіння олійних культур містить значну кількість олії: соняшник – 29,0-56,9%, рицина – 47,2-58,2%, ріпак озимий – 45,0-49,6 %, насіння льону – 30,0-47,8 %, соя – 15,5-24,5 %.

Олія має велике народногосподарське значення. У натуральному вигляді її споживають як цінний продукт харчування, а також широко

використовують у харчовій, текстильній, лакофарбовій, парфумерній та інших галузях промисловості.

Олійні культури та продукти їхньої переробки – цінний корм для сільськогосподарських тварин. Наприклад, соняшник, сою, ріпак та інші культури вирощують на силос та зелену масу. Макуха і шрот, що є відходами переробки насіння, містять багато білка і їх використання в годівлі тварин зумовлює покращення кормових характеристик.

Останні роки спостерігається стійка тенденція збільшення обсягів виробництва олійних культур в аграрних підприємствах, що зумовлено вигідністю їх вирощування в порівнянні з іншими сільськогосподарськими культурами, що можна побачити на рис.2.1

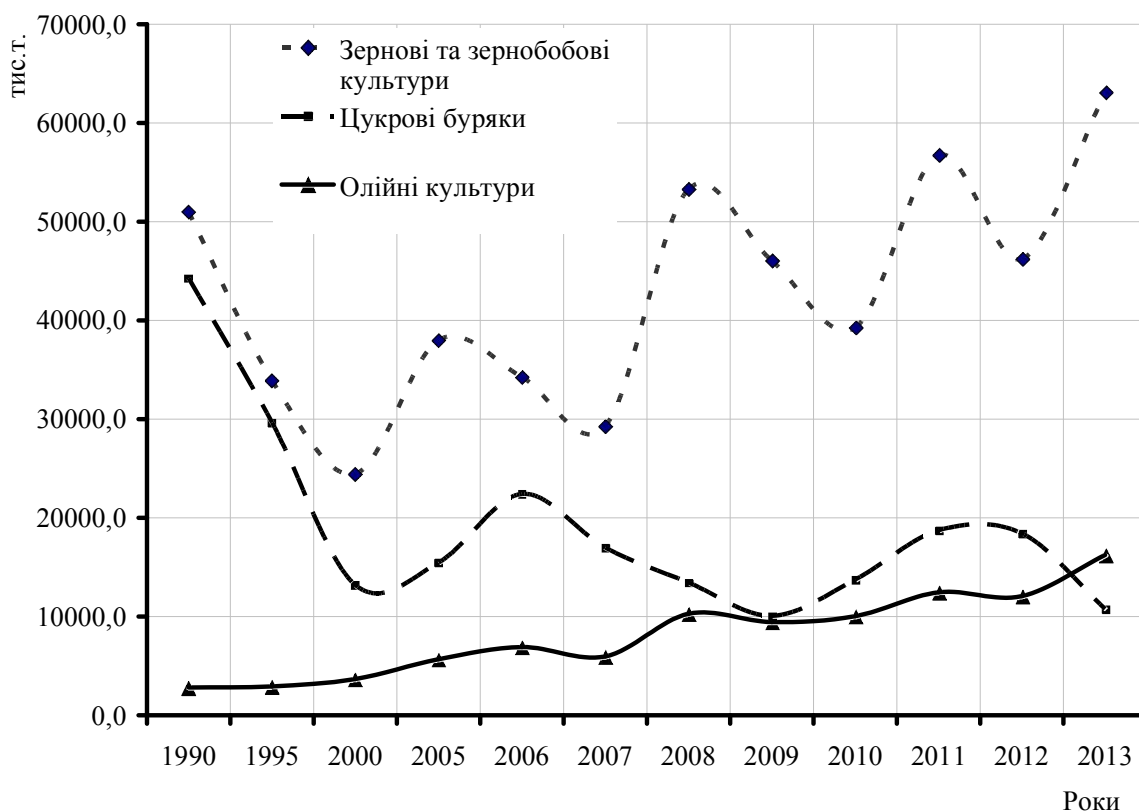


Рис. 2.1. Динаміка виробництва зернових і зернобобових культур, цукрових буряків та олійних культур за 1990–2013 рр.

Олійні культури займають значну частку в загальному виробництві основних сільськогосподарських культур, а їх питома вага з року в рік має тенденцію до зростання (таб. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка посівних площ олійних культур в Україні 1990–2013 рр.

(всі категорії господарств)

Роки	Загальні посівні площі, тис. га	Посівні площі олійних культур, тис. га	Частка олійних культур в загальних посівних площах, %
1990	32406	1851,0	5,71
1995	30963,2	2106,5	6,80
2000	27173,3	3256,3	11,98
2005	26043,6	4528,7	17,39
2006	25927,7	5230,5	20,17
2007	26060,1	5255,3	20,17
2008	27133,0	6354,7	23,42
2009	26990,0	6177,0	22,89
2010	26951,5	6744,9	25,03
2011	27670,5	6859,4	24,79
2012	27801,3	7353,0	26,45
2013	28329,3	7554,8	26,69

Джерело: Розраховано автором за даними Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.org> [210]

Основна олійна культура в Україні – соняшник. Саме ця культура посідає провідне місце у сільськогосподарському виробництві й переробці серед інших олійних культур.

У валовому виробництві олії близько 90 % припадає на соняшникову. Вона має високі смакові якості, її вживають безпосередньо в їжу, застосовують при виробництві маргарину, консервів, кондитерських виробів. Нижчі сорти олії використовують для виробництва оліфи, фарб, лаків, мила, та інших виробів.

При переробці насіння соняшнику на олію як побічну продукцію одержують близько 33% макухи, в якій міститься 33–36% білка, 5–7% жиру, багато мінеральних солей і вітамінів. Кошки соняшнику, вихід яких становить 56–60% врожаю насіння, після обмолоту згодують великій рогатій худобі та вівцям. Лузга насіння соняшнику, вихід якої становить 16–22% маси насіння, є сировиною для виробництва етилового спирту, кормових дріжджів та фурфуролу, який застосовують для виробництва пластичних мас, штучних волокон та іншої продукції [35].

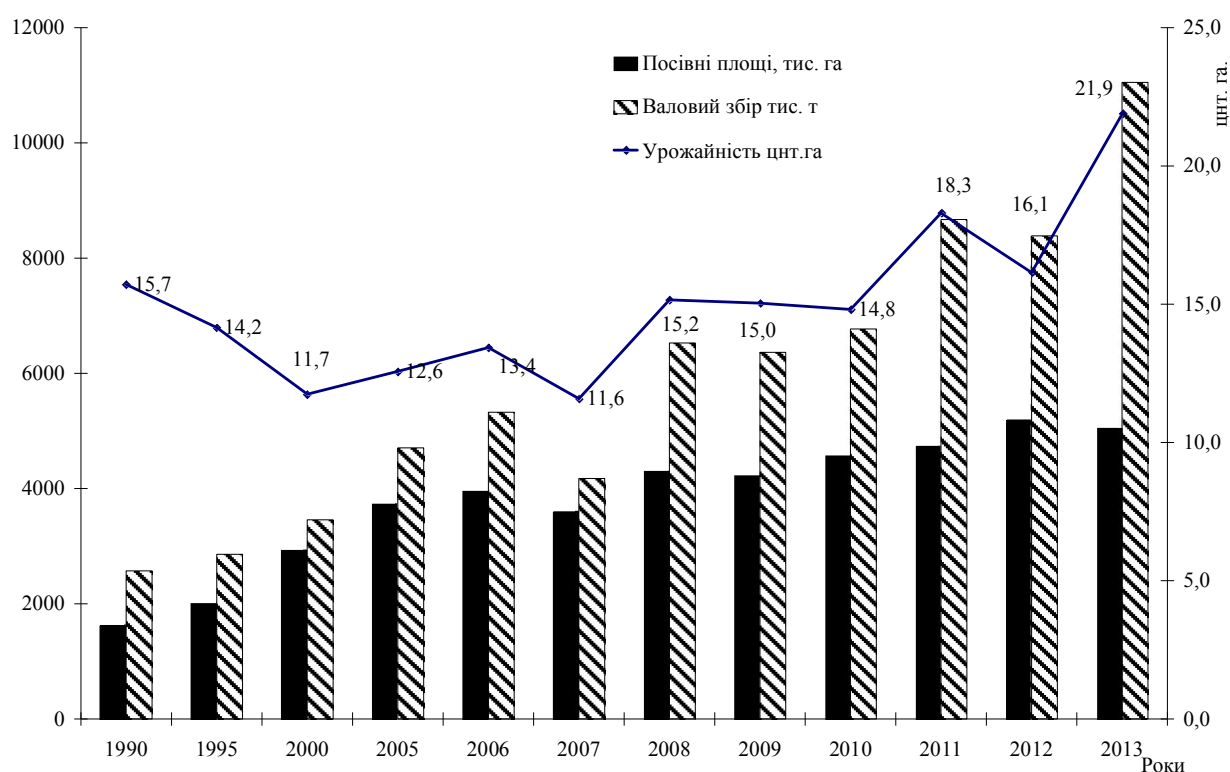


Рис. 2.2. Динаміка основних показників виробництва соняшнику за 1990–2013 рр.

Соняшник відомий і як кормова культура. Його зелену масу в суміші з бобовими культурами використовують для годівлі великої рогатої худоби, а також силосують.

З 1 га посіву соняшнику при врожайності 20 ц/га можна одержати до 10 ц олії, 8 ц макухи, 12 ц сухих кошиків, 4 ц лузги, 35-40 кг меду.[35,с.154]

Основними виробниками насіння соняшнику є підприємства Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Луганської, Кіровоградської та Харківської областей, які забезпечують 2/3 валового виробництва. Загальна площа посіву та обсяги виробництва соняшнику в Україні за останні роки збільшувалася достатньо високими темпами.

На сьогодні під цю культуру відводиться від 15 до 20 % всіх посівних площ. Висока прибутковість та ліквідність культури зумовлюють зростання обсягів виробництва. Дані рис 2.2 та таблиці 2.2 свідчать про достатньо низький рівень урожайності, високі валові збори та розширення посівних площ. Такий метод негативно впливає на якість чорноземів та має недовготривалий ефект. Як наслідок таких тенденцій майже кожен шостий гектар посіву сільськогосподарських культур засіяний соняшником.

Таблиця 2.2

Питома вага посівів соняшнику у всіх посівних площах та посівних площах олійних культур в Україні 1990–2013 рр. (всі категорії господарств)

Роки	Загальні посівні площі, тис. га	Посівні площі олійних культур, тис. га	Посівні площі соняшнику, тис. га	Частка соняшнику в загальних посівних площах, %	Частка соняшнику в загальних посівних площах олійних, %
1990	32406	1851	1635,9	5,05	88,38
1995	30963,2	2106,5	2019,8	6,52	95,88
2000	27173,3	3256,3	2942,9	10,83	90,38
2005	26043,6	4528,7	3742,9	14,37	82,65
2006	25927,7	5230,5	3963,6	15,29	75,78
2007	26060,1	5255,3	3603,9	13,83	68,58
2008	27133	6354,7	4305,6	15,87	67,75
2009	26990	6177	4231,9	15,68	68,51
2010	26951,5	6744,9	4572,5	16,97	67,79
2011	27670,5	6859,4	4739,2	17,13	69,09
2012	27801,3	7353	5194,1	18,68	70,64
2013	28329,3	7554,8	5051,3	17,83	66,86

Джерело: Розраховано автором за даними Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.org> [210]

Втім, не дивлячись на позитивні зрушення в розвитку підкомплексу, значний потенціал та економічну привабливість, існують певні перешкоди на шляху до стабілізації галузі виробництва олійного насіння, які здатні істотно послабити вже досягнуті на світовому ринку позиції національної олієжирової галузі.

Проблема непродуктивного і нестабільного вирощування олійних культур має комплексний характер. Стримувальними факторами виробництва є не лише незадовільна матеріально-технічна база сільськогосподарських підприємств, через яку, за експертними оцінками, щорічно втрачається до 10–15% врожаю олійних культур, а й незначні обсяги загальних інвестицій в сільське господарство, брак відповідних трудових ресурсів та сприятливих соціально-економічних умов для їх розширеного відтворення [31].

Україна, в порівнянні з іншими державами має унікальні природно-кліматичні умови для вирощування великого асортименту олійних культур. Разом з тим, на сьогоднішній день, соняшник все ще залишається основою сировинної бази підприємств олієжирового підкомплексу.

У 2013 р. рівень виробництва насіння соняшнику зріс на 31,7% у порівнянні з 2012 р. і склав 11,05 млн. т. Такі зміни відбулись внаслідок зростання урожайності на 36 %, з 16,1 ц /га в 2012 році до 21,9 ц /га в 2013 р. Таким чином, сільськогосподарськими товаровиробниками в 2013 р додатково отримано близько 2,6 млн. т насіння соняшнику.

В Україні у структурі виробництва олійних культур соняшнику належить від 65 до 90%, що складає в загальній структурі посівних площ близько 17%, а середній валовий збір щороку має тенденцію до збільшення. Так, у 2013 році даний показник склав – 11,05 млн. т (див. рис. 2.2). З такими показниками Україна входить в трійку лідерів світового рейтингу з виробництва соняшнику

Аналіз розвитку виробництва, за галузями переконує, що останні роки увійдуть в історію українського землеробства. Завдяки кваліфікованій праці

людей, впровадженню інтенсивних технологій, а також впливу природних чинників у різних природнокліматичних зонах отримано високі показники продуктивності землі [5].

Насіння соняшнику, як і всіх інших олійних сільськогосподарських культур – це сировина для переробних підприємств. Після його переробки одержують основний продукт – олію. Залежно від виду та якості олії її споживачами є підприємства кондитерської, миловарної, комбікормової, лакофарбової, косметичної та хімічної галузей. При цьому домінуючим є використання соняшнику для виробництва харчової олії. Крім того, частину внутрішньої пропозиції насіння соняшнику експортують [65].

Соняшник є теплолюбивою культурою, відповідно, посівні площі його зосереджені переважно в південних областях України. Особливо великого поширення набув соняшник у північних і центральних районах Степу. Дещо менші його площі в Лісостепу і південному Степу. Зовсім незначне місце цієї культури на Поліссі і в передгірських районах Карпат.

Щодо диференціації виробництва олійних культур за категоріями господарств (табл. 2.3), то наведені матеріали переконливо доводять лідерство в цій сфері сільськогосподарських підприємств. Так, врожайність у даній категорії господарств на 15–20% є вищою порівняно з господарствами населення, обсяг виробництва є вищим в 5–6 разів відповідно, що в структурі виробництва, в середньому за досліджуваний період, складає 75–85 %.

Середня врожайність у країні становить 15–19 ц/га, і з такими показником Україна входить в п'ятірку країн з найкращими показниками. Хоча соняшник є найбільш вигідною культурою, площі під ріпаком і соєю останні роки мають тенденцію до зростання.

Подекуди збільшення посівних площ соняшнику не супроводжується зростанням його врожайності. В основі такої ситуації лежать наслідки порушення сівозмін і зменшення тривалості лагу повернення культури на попереднє місце вирощування, що в подальшому може призвести до засмічення посівів бур'янами, а також ураження рослин хворобами та

шкідниками. Тому, товаровиробникам аграрної продукції необхідно вживати заходів до збільшення валових зборів, в основі яких лежить якісна науково-селекційна робота та застосування її на практиці, а не суто розширення посівних площ [51].

Таблиця 2.3

Виробництво соняшника, за категоріями господарств України в 2009-2013 рр.

Показники	Роки				
	2009	2010	2011	2012	2013
Валовий збір, тис. т					
у всіх категоріях господарств	6364,0	6771,5	8670,5	9387,1	11050,5
у сільськогосподарських підприємствах	5177,4	5585,6	7288,8	7131,1	9445,8
у господарствах населення	1186,6	1185,9	1381,7	1256,0	1604,7
Посівна площа, тис. га					
у всіх категоріях господарств	4231,9	4572,5	4739,2	5194,1	5051,3
у сільськогосподарських підприємствах	3329,0	3667,3	3850,2	4217,6	4094,2
у господарствах населення	902,9	905,2	889,0	976,5	957,1
Урожайність, ц / га					
у всіх категоріях господарств	15,03	14,81	18,29	18,07	21,87
у сільськогосподарських підприємствах	15,55	15,23	18,93	16,91	23,07
у господарствах населення	13,14	13,10	15,54	12,86	16,76

Джерело: Розраховано автором за даними Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> [210]

В світовому масштабі Україна є лідером серед соняшникосіючих держав, виробляє щорічно близько 11% насіння соняшнику в світі (рис. 2.3). Соняшник вважається однією з небагатьох сільськогосподарських культур, яка користується високим попитом як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому, дає змогу аграрним підприємствам отримувати значні прибутки.

Соняшник – культура, що за популярністю на нашій планеті займає друге місце, на першому ж місці пшениця. Нині його вирощуванням

займається 40–45% підприємств різних форм власності у сільському господарстві. Близько 80% усього валового збору насіння соняшнику в Україні забезпечують сільськогосподарські підприємства, частка ж господарств населення знаходиться в межах 20%, хоча має тенденцію до зростання.

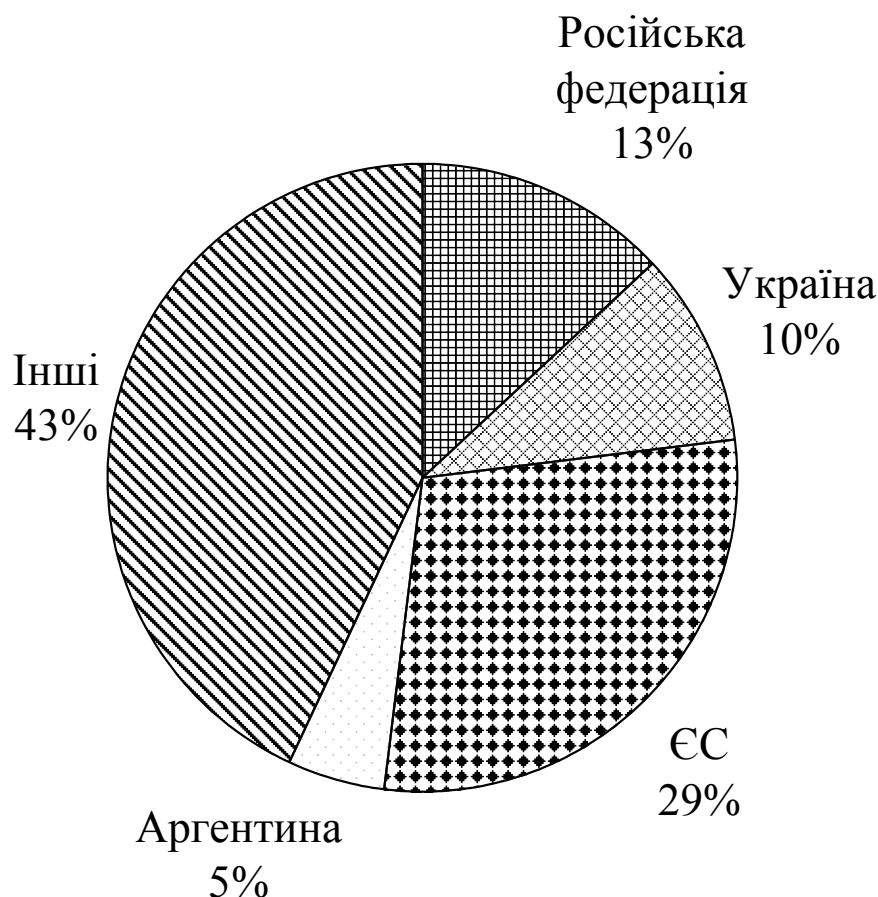


Рис. 2.3. Структура світового експорту насіння соняшнику в 2012/2013 МР
Джерело: USDA [214]

Як свідчить досвід вирощування олійних культур, останні п'ять років, в Україні під культурою соняшника було, в середньому, зайнято – 25% усіх наявних посівних площ. Нині його частка знаходиться в межах 70% серед загального виробництва олійних культур. Такий високий рівень виробництва досягнуто через ряд причин, однією з яких є досить істотне – у 3,1 раза збільшення сільськогосподарськими товаровиробниками посівних площ під соняшником (з 1,6 до 5,1 млн га) за останні роки. Україна займає лідерські позиції в світі з виробництва насіння соняшнику (входить в трійку

найбільших виробників), втім досі залишається порівняно низьким рівень урожайності соняшнику. Отже, є всі підстави стверджувати про використання екстенсивного типу виробництва, що в подальшому загрожує негативними наслідками як екологічного, так і економічного характеру. Відомо, що вирощування соняшнику потребує значної кількості поживних речовин з ґрунту, а це виснажує землю. Тобто, його вирощування на одній і тій самій ділянці можливе лише один раз на 8–10 років, що досить часто ігнорується товаровиробниками. В багатьох сільськогосподарських підприємствах повернення на місце попереднього вирощування відбувається з порушенням норм сівозміни, а частка соняшнику в загальній структурі посівних площ складає більше 25%, що слугує каталізатором погіршення екофітосанітарної ситуації, вимивання та виносу поживних речовин з ґрунту, а відтак призводить до зменшення урожайності усіх сільськогосподарських культур.

Такі істотні агротехнологічні порушення набувають системного характеру, що й спричиняє істотні коливання у виробництві насіння олійних, відповідно негативно впливає на переробну сферу й спричиняє сировинні загрози в розвитку галузі. А отже, така ситуація негативно впливає на результативність усього циклу виробництва.

Для зменшення дії негативних факторів на родючість ґрунтів від впливу недотримання сівозмін було прийнято постанову Кабінету Міністрів України № 164 «Про затвердження нормативів оптимального співвідношення культур у сівозмінах різних природно-сільськогосподарських регіонах», де встановлено нормативну структуру посівних площ та визначено допустимі нормативи циклічності закладання певної культури на тому ж місці. Щодо посівів соняшнику, то мінімальним терміном періодичності вирощування на одному і тому самому полі є період не менше семи років, що дозволяє призупинити негативні наслідки прискореного «спалення землі».

У світовому сільськогосподарському виробництві, на відміну від вітчизняного сільського господарства, соняшник займає вагомe місце серед

олійних, втім не належить до формотворчих культур структури виробничого балансу. Здебільшого, у світовому виробництві, обсяги вирощування соняшнику (8–10%) значно поступаються соєвим бобам (50–60%) та ріпаку (15–20%) та ін.

За прогнозами Міністерства сільського господарства США (USDA) у 2013–2014 маркетинговому році (MR) світове виробництво соняшнику збільшиться до 39,8 млн. т, тобто перевищить попередній сезон на 9%. Зростанню виробництва сприятиме підвищення урожайності та розширення посівних площ. Так, урожайність очікується близько 16 цнт/га, що на 6% більше попередньої. Посівна площа під культурою становитиме 25,5 млн га, що на 4 % перевищить показника 2012/2013 MR [214].

Збільшення врожаю у новому сезоні прогнозується в усіх країнах основних виробників соняшнику. Найбільше зростання виробництва спостерігатиметься в Туреччині (+30%), країнах ЄС-27 (+13%) та Росії (+11%). Попри зростання світового врожаю соняшнику Україна й надалі залишить за собою провідні позиції у світовому рейтингу виробників цього насіння.

Світове споживання соняшнику поступово зростатиме. У новому сезоні попит на цю олійну культуру становитиме 39,5 млн. т, що більше порівняно з рекордним показником минулого сезону на 5%. До того ж, обсяги споживання соняшнику будуть меншими за його виробництво. Це вплине на збільшення світових кінцевих запасів. На кінець нинішнього сезону вони очікуються в обсязі 1,3 млн т проти 1,1 млн. т роком раніше.

Зростання виробництва активізує світову торгівлю. Обсяги експорту прогноуються на рівні 1,6 млн т, що на 28% більше показника попереднього сезону. Світовими лідерами з експорту насіння соняшнику є ЄС–27 з обсягом зовнішнього продажу на рівні 29% загального фонду, Росія – 13%, Україна – 10%, Аргентина – 5%. Основним імпортером соняшнику залишаться Туреччина, яка закупає майже половину світового імпорту, та країни ЄС-27 (14 %). Загалом обсяги світової торгівлі соняшником відносно його

внутрішнього споживання становлять лише 4%, що пояснюється переробкою насіння соняшнику в країнах його виробництва [71].

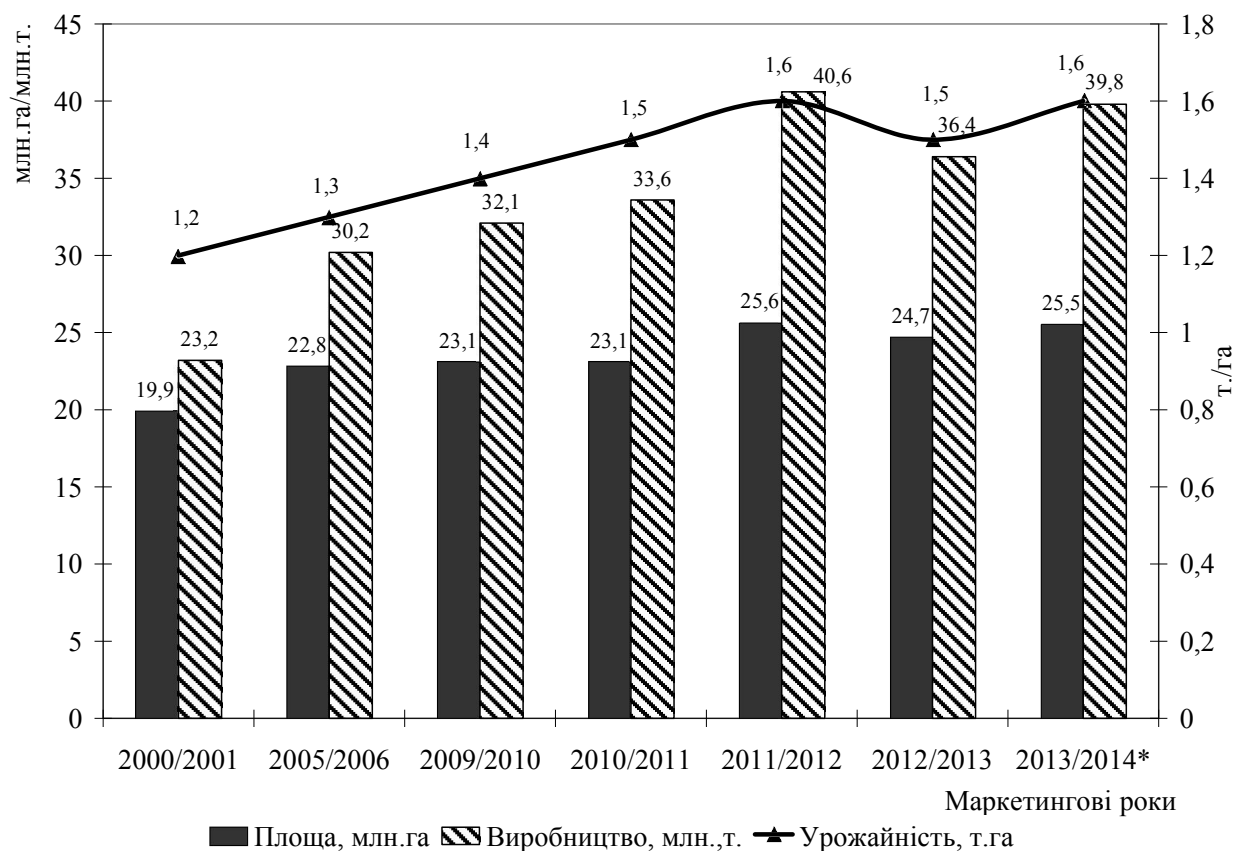


Рис.2.4. Динаміка світового виробництва насіння соняшнику

Джерело: USDA [214]

Крім соняшнику важливими олійними культурами є соя та ріпак. Виробництво сої та ріпаку до недавнього залишалося поза серйозної уваги аграріїв, однак в останні роки воно також почало стрімко розвиватися, що пов'язано з невдоволенням попиту на насіння цих культур як на національному ринку, так і на світовому.

Україна має досить сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування іншого ряду сільськогосподарських олійних культур, зокрема сої. Соя – одна з важливих білково-олійних культур на нашій планеті. Таким рівнем довіри людства вона повинна завдячувати високій якості зерна та вегетативній масі. Навіть така відома міжнародна організація як ЮНЕСКО,

через високу живильну цінність та вміст білків у сої, визнала її стратегічно важливою харчовою рослиною. Відтак культура має широке застосування у харчовій промисловості, в техніці, в тваринництві та медицині. Беззаперечною перевагою сої вважається також її важливість, з точки зору агротехніки, адже рослина є азотфіксатором, оскільки сприяє покращенню структури ґрунтів, але й збагачує останні азотом. Подекуди спостерігається підвищення урожайності зернових на 5–7 ц/га, після вирощування на тих же територіях сої. Згідно з даними Інституту рослинництва ім. В. Я. Юр'єва світове виробництво сої збільшилося приблизно у 9 разів за останніх 60 років. При цьому, на теренах колишнього Союзу нині вирощується лише 0,9 млн тонн.

Соя в Україні як друга олійна культура в останні роки має стійку тенденцію до збільшення обсягів її виробництва. Площі сої розширюються: у 2000 р. вона висівалася на 64,8 тис. га, 2005 р. – 438,5 тис. га, 2010 р. – 1076 тис. га, 2011 р. – 1134,2 тис. га, 2012 р. – 1471 тис. га. В 2013 р. ця культура посіяна на площі 1369 тис. га, що становить близько 18% всіх олійних культур. [103]

Для забезпечення ефективного розвитку вирощування олійних частка сої у структурі посівних площ олійних культур повинна становити біля 33%, що дасть можливість у 2015 р. збільшити валове виробництво насіння сої до 2,5 млн. т. Досягнення таких темпів виробництва можна здійснити наступними шляхами: науково-обґрунтований підбір сортів відповідно до агрокліматичних умов території; збільшення частки сої у сівозмінах; оптимізація технології вирощування сої для максимального використання потенціалу продуктивності сортів сої тощо.

З проведених досліджень можна зробити висновок, що основними виробниками сої є великі сільськогосподарські підприємства на частку яких припадає до 70% виробленої сої.

Як показують дані таблиці 2.4 посівні площі під цією культурою із кожним роком збільшуються.

Таблиця 2.4

Питома вага посівів сої у всіх посівних площах та посівних площах олійних культур в Україні 1990-2013 рр. (всі категорії господарств)

Роки	Загальні посівні площі, млн. га	Посівні площі олійних культур, тис. га	Посівні площі сої, тис. га	Частка сої в загальних посівних площах, %	Частка сої в загальних посівних площах олійних, %
1990	32406	1851	92,6	0,29	5,00
1995	30963,2	2106,5	24,7	0,08	1,17
2000	27173,3	3256,3	64,8	0,24	1,99
2005	26043,6	4528,7	438,5	1,68	9,68
2006	25927,7	5230,5	751,5	2,90	14,37
2007	26060,1	5255,3	670,7	2,57	12,76
2008	27133	6354,7	558,5	2,06	8,79
2009	26990	6177	644,4	2,39	10,43
2010	26951,5	6744,9	1076,0	3,99	15,95
2011	27670,5	6859,4	1134,2	4,10	16,53
2012	27801,3	7353	1476,4	5,31	20,08
2013	28329,3	7554,8	1369,9	4,84	18,13

Джерело: Розраховано автором за даними Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> [210]

Особливістю сої є її потреба у великій кількості вологи, тому зона її вирощування – центральні області – Полтавська, Кіровоградська, Вінницька, Київська, Черкаська, а також Херсонська. У 2013 р. в загальному зерновому виробництві соя займала близько 10%, хоча в 1990 р. на неї припадало лише 92,6 тис. га посівних площ, що становило менше 0,3 % всіх посівних площ

Дані рис. 2.5 свідчать, що за 2009–2013 рр. було зроблено справжній прорив у виробництві цієї олійної культури. Якщо в 2008 р. її валовий збір становив лише 812 тис. т, то в 2013р. він досяг 2,7 млн т. Крім цього за останні роки спостерігається зростання урожайності і обсягів виробництва, якщо до 2005 р. урожайність знаходилась в межах 9–13 ц/га, то з 2011 р. це 15–20 ц/га. Врожаї останніх років дозволили Україні ввійти в десятку найбільших світових виробників та експортерів сої.

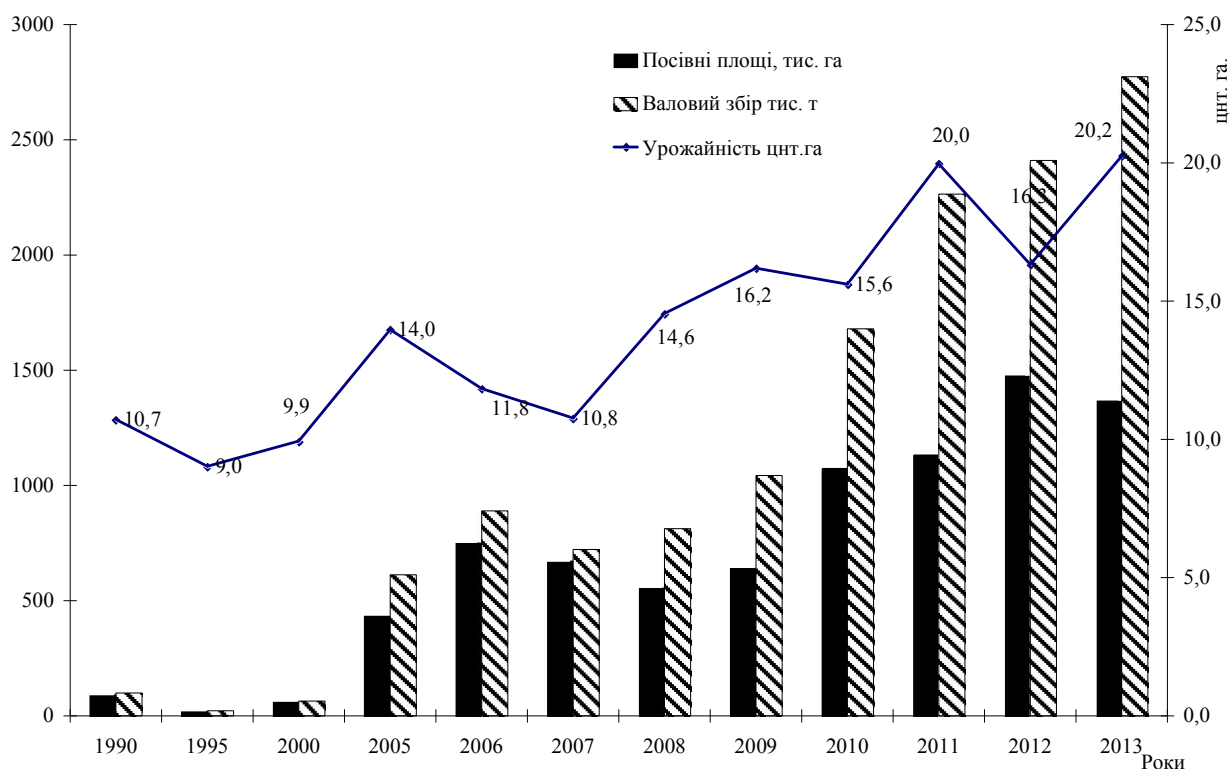


Рис.2.5. Основні показники виробництва сої в Україні 1990–2013 рр.

Важливим аспектом у виробництві сої є її експортний напрям. Останні роки обсяги експорту насіння сої зросли в рази. Так експорт у 2011/2012 МР становив 1,5 млн. т проти 1,1 млн. т 2010/2011 МР. У 2012/2013 МР експорт сої може досяг 1,78 млн. т на суму близько 1,12 млрд доларів США.

За минулі 5 років в Україні досить активно розвивалась власна переробка сої на олію та корми для худоби. Соева олія має стабільний попит, оскільки її широко застосовують у харчовій, косметичній промисловості і для виробництва пластмас, та на випуск біодизельного пального.

Щодо світового ринку то там вона має найбільшу частку у структурі світового виробництва олійних культур. За підсумками 2012/2013 МР вона становила 57%, тоді як ріпаку – 13%, а соняшнику – лише 8%.

Виробляють сою 75 країн, найбільшими з яких є Сполучені Штати Америки, Бразилія, Аргентина та Китай. Площа вирощування сої у світі має тенденцію до щорічного зростання. Зростання чисельності населення у світі забезпечує підвищений попит на сою та продукти її переробки, оскільки у

країнах з низьким рівнем доходів, населення їх використовуються як дешевий рослинний білок у харчуванні людей, а у розвинених країнах – як цінна білкова сировина в годівлі тварин.

За обсягами виробництва сої Україна в останні роки вийшла на провідні позиції серед країн європейського простору, чоча в світових масштабах до лідерів виробництва української сої ще далеко.

Суттєве зростання посівних площ і валових зборів сої свідчить про її надзвичайно важливу роль в аграрному комплексі України. Висновки спеціалістів свідчать, що збільшення виробництва насіння сої триватиме і надалі. Підтвердженням цьому є розрахунки вітчизняних науковців. Відтак, Мінагропрод України, який прислуховується до порад науковців, передбачає у майбутньому довести валове виробництво сої до 5 млн т. [73].

Український ринок сої та продуктів її переробки має величезні перспективи для подальшого розвитку. Внутрішній і експортний попит на сою та її продукти, а також наявність потрібних ресурсів дають змогу, на думку експертів аграрного ринку, до 2015/16 МР збільшити виробництво цієї перспективної культури до 3,63 млн т, її переробку — до 1,1 млн т, а експорт — до 2 млн т. Найважливіші фактори, що сприятимуть нарощуванню переробки, — модернізація потужностей з переробки та зберігання, державна підтримка розвитку тваринництва, розробка та впровадження рецептур комбікормів із використанням соєвого шроту. Для зміцнення позицій України на експортному ринку ключовими питаннями стануть: розвиток логістики, якість продукції, підвищення культури ведення бізнесу та податкові аспекти. [146].

В Україні ріпак серед олійних культур займає третє місце за обсягами виробництва, оскільки з 2000 років обсяг вирощування цієї культури набирає тенденцій до збільшення і визнається як такий, що ще не досяг максимального рівня виробництва. Підприємства з виробництва олії виробляють в межах 45000–55000 т ріпакової олії щороку. Через те, що вітчизняні споживачі у харчових цілях надають перевагу соняшниковій олії,

ріпакова більшою мірою використовується українськими підприємствами харчової галузі для виробництва майонезу та маргарину. Тому на класичних олійницях в міжсезоння (відносно незавантажений період) на олію переробляється й значна частина насіння ріпаку.

Крім того, ріпак використовується як зелений корм для тварин і джерело відновлення родючості ґрунту; в екологічному плані, для виробництва біопалива ріпак вважається незамінною сировиною, адже нині в країнах ЄС близько 40-45% ріпакової олії переробляється на біопаливо. В Україні озимий ріпак найбільше користується попитом серед аграрних товаровиробників в Тернопільській, Івано-Франківській, Вінницькій та ряді інших областей.

Програмою розвитку виробництва ріпаку на 2005–2010 рр., що розроблено Міністерством аграрної політики України спільно з науковими установами УААНУ (нині НААН України), було передбачено істотне збільшення площі під посівами цієї культури з метою підвищення рівня валових зборів насіння ріпаку. В свою чергу, на розвиток галузі ріпаківництва позитивно вплинули наступні фактори: високий рівень окупності затрат на виробництво насіння цієї олійної культури, продуктивна дія ріпака як попередника для вирощування в подальшому зернових культур, підвищення попиту на ріпак і продукти його переробки, зміни у структурі світового споживання олійного насіння та ін.. Починаючи з 2000 року, майже у 10 разів збільшились площі посівів під ріпаком, а виробництво – з 134,6 тис. т у 2001/2002 МР до 2429,2 тис. т у 2012/2013 МР, а це більше ніж у 18 разів. (табл. 2.5), (рис. 2.6) .

Втім, існує загроза продовження екстенсивного розвитку галузі. Досить відчутним є коливання рівня виробництва насіння озимого та ярого ріпаку (в межах 5,0 % по областях України). Варіативність показника зумовлена рядом факторів, основним з яких є технологічний, а саме: недотримання технології вирощування. Істотний вплив на ситуацію в галузі має також метеорологічний фактор. Саме через природно-кліматичні зміни, періоди

змін сонячної активності, подекуди, відбувається повна загибель озимого ріпаку та фіксуються роки неврожаю. Різняться і потенційна врожайність відомих сортів ріпаку (50–60 ц/га) з фактичною (15–25 ц/га). Тому, на найближчий період, одним із завдань даної галузі є стабілізація виробництва. Що, в свою чергу, нівелює наміри інвесторів з реалізації великомасштабних проектів щодо переробки насіння ріпаку та виробництва біопалива з нього.

Таблиця 2.5

Питома вага посівів ріпаку у всіх посівних площах та посівних площах олійних культур в Україні 1990-2013 рр. (всі категорії господарств)

Роки	Загальні посівні площі, млн. га	Посівні площі олійних культур, тис. га	Посівні площі ріпаку, тис. га	Частка ріпаку в загальних посівних площах, %	Частка ріпаку в загальних посівних площах олійних, %
1990	32406	1851	89,7	0,28	4,85
1995	30963,2	2106,5	49,1	0,16	2,33
2000	27173,3	3256,3	214,3	0,79	6,58
2005	26043,6	4528,7	207,4	0,80	4,58
2006	25927,7	5230,5	414,2	1,60	7,92
2007	26060,1	5255,3	890,7	3,42	16,95
2008	27133	6354,7	1411,8	5,20	22,22
2009	26990	6177	1059,5	3,93	17,15
2010	26951,5	6744,9	907,4	3,37	13,45
2011	27670,5	6859,4	870,0	3,14	12,68
2012	27801,3	7353	566,0	2,04	7,70
2013	28329,3	7554,8	1017,4	3,59	13,47

Джерело: Розраховано автором за даними Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> [210]

Створення надійної сировинної бази для ріпаківництва та розвиток виробництва біопалива з цієї сировини дасть можливість вітчизняним товаровиробникам відкривати нові ринки збуту продукції, що в подальшому розширить структуру експорту, економічно вигідну для України.

Як правило в останні роки в Україні переважає виробництво озимого ріпаку. Його частка у структурі посівних площ у останні роки становила 91

%. Середня урожайність озимого ріпаку становила 18,4 ц/га, тоді як ярого (кольза) – 15,6 ц/га. До найбільших регіонів-виробників озимого ріпаку в 2013 році належать Вінницька (245,3 тис. т), Одеська (196,0 тис. т), Хмельницька (177,6 тис. т) області; ярого – Чернігівська (18,6 тис. т) та Сумська (17,9 тис. т).

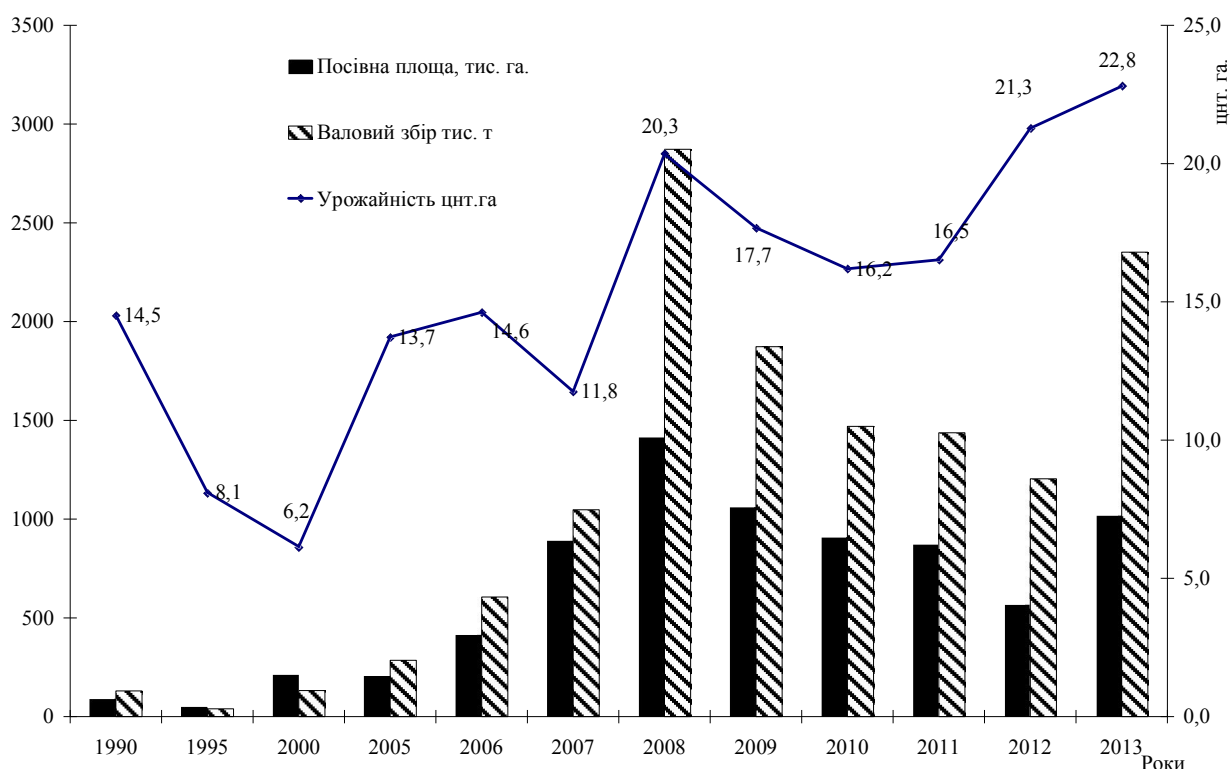


Рис. 2.6. Основні показники виробництва ріпаку в Україні 1990-2013 рр.

Основні обсяги виробництва ріпаку зосереджено в сільськогосподарських підприємствах. Так, за підсумками 2013 року у великих та середніх господарствах було зібрано майже 81 % загального врожаю. Для порівняння: частка фермерських господарств становила 16 %, населення – 3 %.

Інші олійні культури такі, як льон олійний, мак олійний, арахіс, конопля олійна, рижій не мають широкого використання в Україні

З метою забезпечення стабільно зростаючого попиту на насіння олійних культур та вирішення сировинного питання для переробних

підприємств товаровиробникам сільськогосподарської продукції варто при вирощуванні олійних не лише надавати істотну перевагу соняшнику, але й максимально обґрунтовано використовувати прихований потенціал інших джерел виробництва олійної продукції, яка користується попитом в багатьох галузях промисловості, оскільки високоліквідна сировина міститься й серед решти олійних культур.

Наприклад, ріпак та сою з впевненістю можна вважати такими, що заслуговують на високі позиції в олієжировій галузі, адже фахівці сфери виробництва й переробки олійної сировини вважають ріпак унікальною культурою, що має широкий діапазон застосування у різних сферах промисловості та є джерелом якісної олії. Крім того, насіння ріпаку можна розглядати як джерело екологічно чистого палива, що останнім часом є визнаним на вітчизняному та світовому енергетичних ринках стратегічним продуктом.

В Україні ґрунтово-кліматичні умови надзвичайно сприятливі щодо впровадження у значних обсягах в сільськогосподарському виробництві цінної білкової культури – сої, також розвинена логістична система здатна забезпечити доставку сировини цієї олійної культури для її переробки в досить короткі строки. Такі перспективи можуть значною мірою ліквідувати наявний на сьогоднішній день дефіцит білка як в харчовій, так і в кормовій галузях. В Україні, на основі аналізу зон, що мають найбільш сприятливі агрокліматичні ресурси, поліська, лісостепова та степова зони є найбільш привабливими щодо ефективності вкладення матеріальних і фінансових ресурсів у виробництво соєвої культури. За прогностичними підрахунками спеціалістів, які підтверджують доцільність її вирощування саме в цих регіонах, виходячи з науково обґрунтованої структури посівів і співвідношення в сівозміні сільськогосподарських культур, посівні площі зайняті під вирощування сої, в найближчій перспективі в Україні можуть становити від 1 до 2 млн. га, а валовий урожай прогнозується на рівні 2,0–4,0 млн. т. Крім того, природно-економічні умови України сприятливі для прискореного нарощування обсягів

посівів сої до 3,0–4,0 млн. га, а підвищення валового збору можливе до рівня 6,0–7,5 млн. т щороку.

В останні роки у багатьох країнах світу відбулися значні зміни в раціоні харчування, а саме підвищення частки жирів та білків, що походять з рослинної сировини. Так, за період 1987–2013 рр. світове виробництво насіння олійних культур збільшилось більше, ніж у 3 рази, що є лідируючими темпами зростання серед усіх галузей сільськогосподарського виробництва. Така ситуація зумовлена значно нижчими витратами на вироблення однієї калорії рослинних жирів, порівняно з тваринними, що в 10–15 разів є витратнішим. Як свідчать дані Держкомстату України, господарства з виробництва сої, за середнього рівня урожайності в 17 ц/га. щорічно забезпечують виробництво близько 2 млн. т зерна сої. Найбільшими виробниками цієї культури є підприємства Херсонської області, якими виробляється 16,0% загальнодержавного виробництва сої і де сконцентровано 85,7 тис. га посівів.

Організаційно-управлінська інфраструктура соєвого підкомплексу є сукупністю організацій, що ведуть селекційно-насінницькі роботи, здійснюють матеріально-технологічне забезпечення конкурентоспроможності і перспектив розвитку галузі; виробничої ланки, обмінних операцій, переробного циклу і виступають як допоміжні фактори для економічної, виробничої та фінансової діяльності олієжирового комплексу.

Нині в Україні потребує вирішення актуальна соціально-економічна проблема щодо зростання обсягів використання рослинного білка для харчової галузі. Вирішення цього важливого питання полягає в об'єднанні зусиль агровиробників при нарощуванні обсягів вирощування сої, наукових установ, комерційних організацій, органів державної влади і можливе лише на основі їх повного взаєморозуміння та тісної співпраці. За рахунок такої співпраці можна досягти збільшення обсягів виробництва високоякісних збалансованих кормів для свинарства, молочного і м'ясного скотарства, птахівництва та рибного господарства. Збільшення реалізації сої та продуктів

її переробки за рахунок зростання експорту в європейські країни, та країни Далекого Сходу є потенційним джерелом збільшення валютних надходжень і в Україну, і в олієжирову галузь країни.

Наявність високого внутрішнього попиту, стабільні експортні поставки на зовнішні ринки рослинної олії, а також більш висока прибутковість виробництва, в порівнянні з зерновими культурами, є основними факторами стимулювання збільшення обсягів виробництва зерна сої в Україні. Щорічне використання сої лише на кормові цілі в обсязі близько 1,0 млн. т, матиме економічний ефект на рівні 1,5 – 2,0 млрд. грн. для сільськогосподарських товаровиробників, натомість економія фуражного зерна при цьому становитиме близько 20–25 %. Згідно з висновками науково-експертних установ, рентабельність виробництва сої, при наявності належного фінансування та матеріально-технічної бази, може становити 100–150 %. Такі економічні показники, в даний час, виводять сою в Україні до ряду сільськогосподарських культур, що мають найвищу прибутковість.

В той час, як кількість населення на планеті зросло за останні 40 років в два рази, то виробництво зерна сої у світі за цей же період збільшилось у 6 разів. Після пшениці, рису та кукурудзи соя займає четверте місце в світі за обсягами площ посіву. Щорічні обсяги виробництва цієї культури, за прогнозами спеціалістів, з урахуванням зростаючого попиту на сою та продукти її переробки, як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, можуть зрости до 300 млн т в найближчі роки. Ринок торгівлі соєю, соєвою олією і соєвим шротом є таким, що найбільш динамічно розвивається в останні роки. При цьому темпи експорту зазначених видів продукції перевищують світовий експорт інших культур сільськогосподарського виробництва в рази, і становлять близько 50,0 млн. т щороку. В структурі експорту насіння олійних культур на світовий ринок, соя займає 81,4%, соняшник – 10,8, інші олійні – 4,7%, таким чином, серед насіння всіх білково-олійних культур, соя підтверджує свої позиції лідера. Нині, близько 200 країн

з усіх континентів планети представлено на світовому ринку торгівлі соєю і соєпродуктами [213].

Так, частка США, Аргентини, Бразилії та Парагваю в експорті сої на світовий ринок становить 95 % (Рис. 2.7). Ці країни є найбільшими експортерами із 53 країн, які представлені на цьому ринку. До числа найбільших імпортерів сої належать країни Азії. В регіоні де проживає понад 60 % усього народонаселення планети, споживається близько 45% світового імпорту сої. На першому місці серед країн світу, що найбільше споживають імпортовану сою, знаходиться КНР – 12 млн. т, далі йдуть Японія – 5 млн. т, Тайвань – 2,5 млн. т, Індонезія – 1,8 млн. т, Південна Корея – 1,5 млн. т. Найбільше імпортована соя в країнах цього регіону використовується в харчовій галузі. Близько 35% всього імпорту сої припадає на країни Європейського Союзу. Так, до числа країн–лідерів, де соя виступає як товар імпорту номер 1, серед європейських країн належить Голландія – 6 млн. т, Німеччина – 5,0 млн. т, Іспанія – 3,5 млн. т, Бельгія – 2,0 млн. т [213].

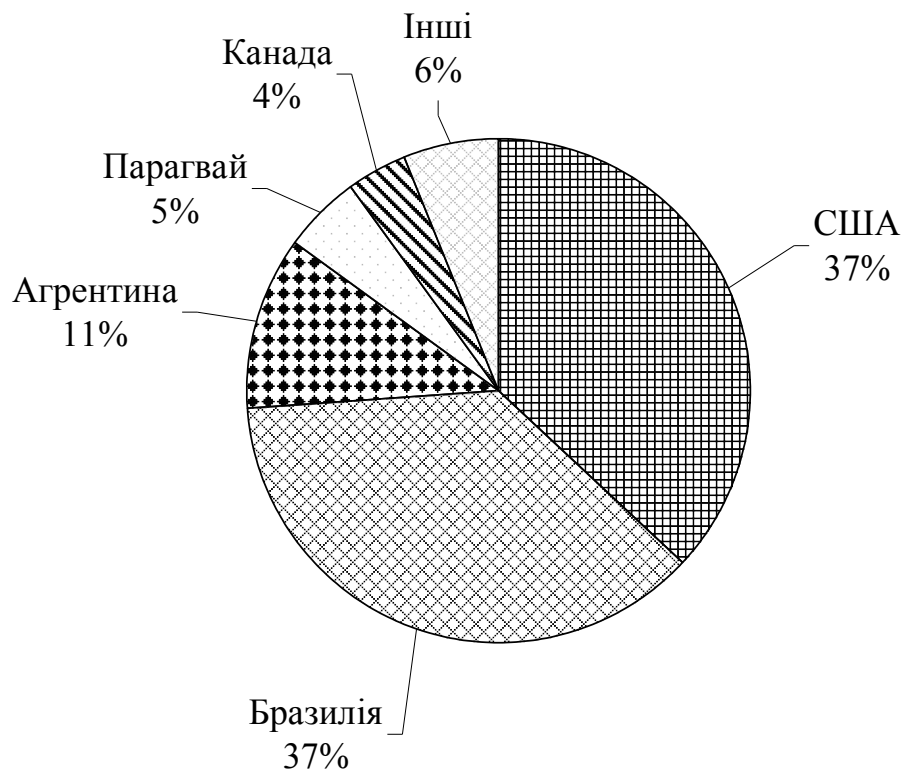


Рис.2.7. Структура світового експорту сої у 2013 р.

Джерело: USDA [214]

За прогнозами експертів, експортні поставки соєвої культури на світовий ринок з України стрімко зростають, і в 2015–2020 рр. обсяги таких поставок становитимуть 600–800 тис. т. Крім України, до основних країн-експортерів відносять: Нідерланди, Грецію, Угорщину, Туреччину. Останнім часом в Україні в динаміці і структурі експорту соєпродукції на зовнішні ринки зберігається тенденція щодо збільшення обсягів поставок продуктів її переробки: соєвої олії, шроту і жмиха та спостерігається зменшення обсягів поставок товарної сої. Європейські розвинені країни, особливо це стосується Італії, проявили підвищений інтерес до генетично немодифікованого шроту з України, а щорічні імпорتنі поставки на ринок згаданої європейської країни становлять близько 3 млн.т соєпродукції. Аналіз виробництва, продажу і споживання сої та продуктів її переробки останніх років показує, що при загальному світовому обсязі торгівлі соєю на рівні 60 млн. т, лише частка споживання її в країнах Європейського союзу складає близько 3. млн. т. Такі тенденції відкривають для українських підприємств–виробників сої можливості завоювати провідні позиції як на ринку європейських країн, так і на світовому ринку.

Проте, на вітчизняному соєвому ринку ще не сформовано дієвої продуктової політики, яка б базувалася на сучасному моніторингу та поглибленому аналізі основних проблем щодо функціонування соєвого бізнесу, в тому числі на вивченні основних складових формування попиту на продукцію, вимог споживачів до кількісних та якісних параметрів продукції, споживчих критеріїв і чинників основних місць її купівлі, вивченні перспектив підвищення якості насіння сої та продуктів її переробки, широкій рекламній компанії про корисні властивості продуктів із сої, та іншому інформаційному забезпеченні потенційних споживачів.

Щодо державного впливу на ефективний розвиток соєвого підкомплексу, то з метою підвищення ефективності його функціонування необхідна розробка та реалізація напрямів розширення маркетингової діяльності в соєвій індустрії. Так, важливо насамперед, звернути увагу на:

розробку широкого асортименту екологічних соєпродуктів із підвищеним вмістом вітамінів та лікувальними властивостями; створення нових видів продукції із сої з якісними параметрами, що не поступаються кращим світовим аналогам; створення та розвиток екологічного соєвиробництва, в основі якого лежатиме органічне землеробство, запровадження дієвого механізму щодо обов'язкової сертифікації соєпродукції, належне фінансування науково-селекційних робіт з виведення та впровадження у широке виробництво соєвих сортів, які вирізняються підвищеним вмістом білка, а також документальний супровід вирощування негенномодифікованої сої.

Проведені розрахунки ефективності вирощування культури сої, що здійснені шляхом калькуляції собівартості, показують наявність стійкої тенденції до зростання досягнутих економічних показників. Так, у 2013 р. за зростання виробничих витрат до 4,3 тис. грн./га, рівня урожайності – до 40ц/га та реалізаційної ціни – до 4,8 тис. грн./т, прибуток склав 5,7 тис. грн./га, а рівень рентабельності становив – 52 %. Розвиток власної переробки сої на шрот і олію значно підвищує економічний ефект функціонування галузі. Прикладами такого ведення соєвиробництва можуть бути СТОВ «Любимівське» Каховського району Херсонської області, ТОВ «Таврійська» та інші, де налагоджено власну переробку насіння. Так, у СТОВ «Любимівське» рівень рентабельності збільшився на 14%, в ТОВ «Таврійська» – на 17, % порівняно зі збутом насіння сої. Як показують результати проведених досліджень за матеріалами ТОВ «Таврійська», що займається вирощуванням і переробкою сировини з сої, переробка насіння на 30–35% виявилась дешевшою, порівняно з закупівлею аналога на стороні. Дослідження ринку збуту соєпродукції підтверджує провідні позиції районів з ведення сільськогосподарського виробництва, які використовують у годівлі тварин сою, що істотно зменшує виробничі витрати та сприяє швидшому просуванню продукції на ринку через її ціновий діапазон.

Шляхом пресування з соєвого зерна одержують олію, яка у свіжому вигляді за запахом і смаком майже є ідентичною соняшниковій, але має значно коротший термін зберігання. За умови додаткового очищення (рафінування) такий продукт змінює свої властивості, а саме: довго зберігається, стає прозорим, поліпшуються смакові якості, і тому може використовуватись як заміник оливкової олії або соняшnikової. Однією з характеристик соєвої олії є її дієтичні властивості, що зумовлені наявністю в її складі ліноленової кислоти, що є ненасиченими жирами, вітамінів Е та С, солей кальцію, фосфору, натрію та магнію. Саме цим зумовлене використання соєвої олії у харчовій промисловості, де її застосовують при випіканні, смаженні, консервуванні овочів.

В Україні має місце й вирощування спеціальних технічних культур, серед яких провідне місце займають такі ефіроолійні, як м'ята, лаванда, аніс троянда, шавлія, коріандр, кмин та ін. Їхнім вирощуванням займаються спеціалізовані господарства переважно Центральної, Центрально-Західної та Південної природно-кліматичних зон України. Метою такого виробництва є забезпечення харчової, кондитерської, парфумерно-косметичної, миловарної та фармацевтичної галузей сировиною (ефірними оліями), які широко використовують у промисловості [29, С.46].

Для підвищення рівня врожайності в олійництві особливе значення має система обробітку ґрунту та ведення науково-обґрунтованого догляду за рослинами, їх удобрення та система захисту. Оскільки вирощування олійних культур неможливе без систем підживлення, при їх вирощуванні слід додатково вносити значні дози органічних і мінеральних добрив, а у сівозміні створювати спеціально підготовлені поля для повернення культури на те ж місце, через спеціально розрахований період, з правильно підібраними попередниками, що зумовлюється не лише специфікою виносу поживних речовин з ґрунту, а й метою запобігання створенню небезпечних фітосанітарних ситуацій.

Насіння соняшнику надходить на ринок за традиційною схемою збуту, а саме: переробним підприємствам, населенню, в тому числі охоплюючи його реалізацію та видачу в рахунок оплати праці та орендної плати, збут комерційним структурам, реалізацію через аукціони та біржі, а також спрямовується на експорт. Втім, створену систему просування та збуту не можна визнати високоорганізованою, оскільки безпосередні товаровиробники продукції не мають можливості самостійного виходу та пропонування на біржі й збут вирощеного насіння закордон. Такі функції залишаються за посередниками (комерційними структурами), які досить часто використовують давальницькі схеми купівлі. Таким чином, на вигідних для себе, а не для товаровиробника здійснюється перепродаж, переробка та реалізація за кордон насіння чи продуктів його переробки. Тобто, ефективність виробництва насіння соняшнику є значно меншою у порівнянні з ефективністю діяльності як посередників так і переробних підприємств, що пов'язано з більш швидкою трансформацією вкладених коштів та скороченням тривалості інвестиційного лагу.

Зважаючи на те, що екстенсивний напрям відтворення на розширеній основі олійних культур шляхом збільшення площ їх посівів є дещо обмеженим, оскільки посіви майже досягли допустимого максимуму (більше 30 % від загального обсягу посівних площ в Україні використовуються під олійні культури), тому збільшення їх величини в подальшому зможе істотно порушити науково-обґрунтовані сівозміни, що в результаті призведе до негативного впливу не лише на процеси відтворення, а й на ефективність виробництва олійних культур.

Відтак подальший розвиток галузі багато товаровиробників пов'язують з інтенсифікацією виробничих процесів, часто не враховуючи біологічних факторів. Одже, ефективний розвиток галузі вбачається через ряд таких факторів: наукове обґрунтування сівозмін, використання якісного насіннєвого матеріалу, сортовивчення та сортопідбір, дотримання агротехнологічних умов, використання новітніх технологій з догляду та

захисту рослин. Нині ж, в умовах нестачі фінансових ресурсів переважна більшість товаровиробників сільськогосподарської продукції у процесі виробництва застосовують засоби захисту і стимулятори росту рослин в недостатніх обсягах. В цілому, за досліджуваний період (1990–2013 рр.) внесення мінеральних добрив на 1 га посівів зменшилось майже в два рази, а скорочення використаних органічних добрив становило 95,4%. Поряд з цим, актуальною проблемою сьогодення для сільгоспвиробників є істотне скорочення – майже у 2 рази – споживання води для зрошування посівних площ.

Збільшенню виходу олії з 1 га посіву сприяє використання сортів із високим вмістом олії в насінні. Так, наприклад, завдяки висіванню високоврожайних гібридів – «Балкан», «Титанік», «Хортиця», «Гена» (насіння агрофірми «Сади України») – фермерське господарство «Прогресс» Балтського району Одеської області стабільно має 37–40 ц/га насіння соняшнику при в середньому по регіону 12–15 ц/га.

В сучасних умовах господарювання для сільгоспвиробників основними проблемами на шляху отримання стабільно високих урожаїв є: важкий матеріальний стан підприємств аграрного сектора економіки, зниження родючості використовуваних під посівами ґрунтів, швидке вибуття з обороту сільськогосподарської техніки, низький рівень використання мінеральних та органічних добрив й інших засобів догляду та захисту рослин, що подекуди унеможлиблює впровадження інноваційних засобів у виробництво. Висока рентабельність серед підприємств, що займались вирощуванням олійних культур, суттєво сприяла збільшенню обсягів їх виробництва, як наслідок, істотно підвищився попит на якісне насіння та сортові матеріали. Таке пожвавлення на ринку сприяло активному розвитку підприємств основним напрямом діяльності яких є виробництво насіння олійних культур та їх сортів. Як показують проведені дослідження, виробництво насіння олійних культур у сучасних умовах господарювання є однією з галузей аграрного виробництва у країні, де застосовуються інновації.

Інтенсифікація у вирощуванні олійних культур і зростання на цій основі урожайності та як наслідок підвищення ефективності повинні бути ключовими моментами в інноваційній перебудові галузі.

Широке впровадження у виробництво інтенсивних технологій буде сприяти вищим темпам росту врожайності порівняно з темпами збільшення витрат, що дає змогу знизити собівартість одиниці продукції та як наслідок, підвищити ефективність виробництва і переробки. Все це повинно стати відправним пунктом при переорієнтації галузі на інноваційні рейки.

2.2 Виробнича складова олієжирової промисловості України: особливості та характеристика.

Галузь виробництва олії в Україні – потужний виробничий комплекс, який об'єднує виробників насіння та олієжирової продукції. Дана галузь, в основному орієнтована на переробку соняшнику та виробництво соняшникової олії й пов'язаних з нею продуктів. Україна має добре розвинену галузь виробництва олії, причому більша частина виробничих потужностей розташована у південно-східних регіонах. Вироблення соняшникової олії здійснюється на великих спеціалізованих підприємствах – 92% загального обсягу, а решта – в середніх та малих олійницях.

В Україні функціонують потужні спеціалізовані олієжирові комбінати – це Вінницький, Запорізький, Одеський, Слов'янський, Чернівецький; жирові – Харківський, Ніжинський; олійні заводи – в Кіровограді, Пологах, Дніпропетровську, Вовчанську, Полтаві та ін.

Дані виробники мають потужну інтегровану структуру виробництва. Система власних сільськогосподарських підприємств та елеваторів дає їм широкі конкурентні переваги за рахунок гарантованих поставок сировини й економії на витратах, пов'язаних з транспортуванням.

Олійна промисловість виробляє і переробляє рослинні жири та пов'язані з ними продукти. У розміщенні своїх підприємств галузь

орієнтується на сировину, оскільки на виробництво 1 т олії витрачається від 3–4 до 5–8 т насіння олійних культур. Найбільшими центрами виробництва олії є Дніпропетровськ, Маріуполь, Запоріжжя, Полтава, Кіровоград, Вінниця.

Дані таблиці 2.6 свідчать про значні тенденції щодо переробки олійних культур. Якщо за 1990 рік обсяги переробки олійної сировини становили 2,21 млн. т на рік, то за 2008 рік вони досягли 4,22 млн. т, 2010 рік – 7,12 млн. т на рік, 2013 р. – 8,3 млн. т на рік. За твердженням спеціалістів асоціації «Укроліяпром» українські заводи в найблищі роки планують наростити потужності до 15 млн. т на рік [170]

Таблиця 2.6

Обсяги переробки олійного насіння в Україні в 2008–2013 рр.

Сировина	Обсяги переробки, т					Темп змін, %
	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2013р./2009р.
соняшник	6335119	6734730	7216362	8445964	7612517	120,16
соя	227205	381432	306599	474791	577474	256,14
льон	4012	1662	8144	2875	384	9,57
гірчиця	2618	3812	3052	3467	-	-
ріпак	4004	2287	26023	2459	115075	2870,0
Разом	6572958	7123923	7560180	8926089	8305450	126,35

Джерело: узагальнено автором [209]

Щодо структури переробки то дані таблиці 2.6 показують, що основою переробки олієжирового підкомплексу в 2009–2013 рр. є насіння соняшнику яке займає 95 %, близько 4 % – соя, а 1 % – льон, гірчиця та ріпак.

Все це свідчить, що олієжировий підкомплекс знаходиться на стадії економічного підйому, що виражається в активізації процесів економічних перетворень і розвитку агропромислового комплексу. Зростання конкуренції на ринку сприяє нарощуванню виробничих потужностей підприємств,

переозброєння їх сучасним обладнанням, використанню прогресивних технологій і створенню конкурентоспроможної на світовому ринку продукції

Переважна більшість вирощеного насіння переробляється на вітчизняних олієжирових комбінатах із подальшою реалізацією на внутрішніх та зовнішніх ринках. Проте, не зважаючи на розвинену промислову інфраструктуру, щорічно до 10 % врожаю соняшнику експортується без попередньої переробки. Тому світовий ринок має великий вплив на вітчизняну галузь [51].

Першочергову роль у розвитку переробної сфери відіграла ефективна протекціоністська політика держави. Впровадження і збереження експортного мита на соняшник дало змогу сформувати стабільні економічні відносини між товаровиробниками олійної сировини та виробниками олії, завантажити потужності останніх, перетворити вітчизняну олієжирову галузь на головного експортера готової продукції, а не сировини.

Держава підтримує розвиток експортно-орієнтованого комплексу, про що свідчать заходи, пов'язані з відміною квот на експорт соняшnikової олії, захистом інтересів підприємств галузі у конфліктах щодо якості її продукції на європейському ринку, поступовим врегулюванням проблемного питання з ЄС щодо відміни експортного мита на насіння соняшнику при створенні зони вільної торгівлі.

Так, проблема якісних характеристик експортованої української олії, яка виникла у 2008 р., була оперативно вирішена державою разом з асоціацією «Укроліяпром» шляхом створення нової системи контролю за якістю продукції, яку визнали країни ЄС.

Згідно з Законом України від 10.09.99 № 1033-XIV «Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур», починаючи з 1 січня 2007 р. ставка вивізного (експортного) мита на насіння соняшнику щорічно зменшується на 1 процентний пункт до значення 10 %. З 2013 року ставка вивізного (експортного) мита на насіння соняшнику становить 10 % від митної вартості.[32]

Відміна обмежень, за умови повноцінної асоціації з ЄС на думку експертів асоціації «Український клуб аграрного бізнесу», може мати негативні наслідки як для галузі, так і економіки в цілому. Зростання експорту насіння соняшнику призведе до подальшого загострення конкурентної боротьби за сировину, зростання цін на неї та продукти переробки, безробіття у галузі, дестабілізації її інвестиційного клімату [5]. Нині, враховуючи існуючі правила торгівлі, частка України у світових обсягах експорту соняшникової олії становить близько 50%.

Реалізація зваженої регуляторної політики експортного мита на ріпак дала б змогу уникнути підприємствам олієжирового підкомплексу негативного впливу фактору сезонного недозавантаження переробних потужностей та отримувати конкурентну перевагу в часі виходу на світові олійні ринки з продукцією нового врожаю. Проте, не зважаючи на очевидні економічні переваги внутрішньої переробки ріпаку, вона практично не розвивається. Така ситуація пояснюється не технологічними факторами. Сучасні потужності олійних заводів здатні переробити весь урожай ріпаку вітчизняного виробництва. Причина криється в несприятливих організаційно-економічних умовах функціонування переробної сфери ріпаку. Держава практично не вживає заходів щодо її розвитку, тим самим створюючи комфортні умови для нарощування експортної торгівлі власним насінням.

Потребує суттєвого вдосконалення система управління розвитком переробної сфери олієжирового підкомплексу. Державі необхідно не лише підтримувати протекціоністські заходи на зовнішньому ринку, але й гарантувати сприятливі умови для стабільного нарощування внутрішнього виробництва та інноваційного розвитку підприємств переробних підприємств.

Олієжировий підкомплекс наразі характеризується високою концентрацією виробництва, що досить позитивно впливає на рівень його ефективності. В цілому близько 60-70% загального обсягу продукції

комплексу припадає на великі підприємства, а мала переробка становить менше 5 %

Дані, наведені в табл. 2.7 наочно демонструють, що в Україні основними виробниками соняшникової олії є: ГК «Кернел», «Каргілл», Оптімус Група Приват, ПГ «Креатив», Компанія «Бунге», Компанія «МХП» ними зосереджено близько 60 % загально обсягу переробки олійного насіння

Природні й економічні ресурси для виробництва та переробки олійних культур дають можливість вітчизняній олієжировій галузі й надалі займати провідні позиції у світі.

Підприємства олієжирової галузі в Україні можна розділити на три категорії. Першу категорію складають великі підприємства які представлені олійно-екстракційними і олійно-пресовими, маргариновими і миловарними заводами, а також олієжировими і жировими комбінатами. Виробництво олії належить до матеріаломістких, тому олійно-екстракційні заводи розміщені в районах вирощування соняшнику.

Нині в секторі працює близько 25 великих підприємств. Існуючі потужності олієжирових підприємств України дозволяють за рік перероблять близько 9 млн. тонн насіння олійних культур (як правило соняшнику та ріпаку), при цьому можна отримати до 4 млн тонн олії різних видів.

Другу категорію становлять сільськогосподарські підприємства та невеликі компанії в яких налагоджена незначна переробка соняшникового насіння, в них цей вид діяльності скоріше є супутнім а їхня діяльність залежить від кон'юнктурної ситуації на ринку.

Третю категорію становлять дрібні приватні підприємства, так звані «олійні», які орієнтовані на місцевий ринок.

Основною продукцією, що випускається підгалуззю є різноманітні олії як сирі, нерафіновані, так і готові до вживання фасовані. Дані таблиці 2.8 свідчать про позитивну динаміку щодо переробки та виробництва різноманітних олій

Таблиця 2.7

Основні переробники олійного насіння в Україні в 2011–2013 рр.

Виробник	Переробка насіння 2011 р., т	Частка ринку, %	Переробка насіння 2012 р., т	Частка ринку, %	Переробка насіння 2013 р., т	Частка ринку, %
1. Kernel Group	2073968	27,43	2503710	29,8	1814023	21,84
2. Cargill	860350	11,38	1052723	12,3	870627	10,48
3. Оптімус Група Приват	726546	9,61	781211	9,2	499405	6,01
4. ПГ «Креатин» м. Кіровоград	350937	4,64	584855	6,9	898800	10,82
5. Bunge	422816	5,59	463009	5,54	388943	4,68
6. Vioil	400728	5,30	451616	5,46	505841	6,09
7. Компанія МХП	276097	3,65	517481	5,3	267634	3,22
8. Glencore	338161	4,47	411413	4,9	135297	1,63
9. ФОН ЗАСС АГ	488236	6,46	433662	4,7	359925	4,33
10. Іллічівський ОЕЗ	178140	2,36	206374	2,4	268288	3,23
11. ТК «Урожай» м. Словянськ	138235	1,83	193440	2,2	173479	2,09
12. «Сателіт» (м. Маріуполь)	159080	2,10	150930	1,7	133123	1,60
13. «Сватівська олія» (м. Сватове)	122785	1,62	133746	1,5	132632	1,60
14. ГК «Олком» Мелітопольський ОЕЗ	85976	1,14	99495	1,2	69397	0,84
15. «Біол Універсал Україна» (Одеська обл.)	71003	0,94	102208	1,1	74977	0,90
16. «Відродження» (Кіровоградська обл.)	63598	0,84	83368	0,92	89135	1,07
17. «Віктор і К» (Кіровоградська обл.)	46450	0,61	82815	0,91	83284	1,00
18. «Агропроект 08» (Запорізька обл.)	45993	0,61	62565	0,7	86377	1,04
19. «Каховка Протеїн-Агро» (м. Нова Каховка)	0	0,00	118435	0,6	111024	1,34
20. ГК «Єдність»	29505	0,39	46443	0,5	47029	0,57
21. «Протеїн Продакшн» (м. Кіровоград)	7579	0,10	72879	0,4	114785	1,38
22. «Авіс» (м. Вінниця)	26223	0,35	22393	0,3	15315	0,18
23. Ніжинський ЖК	20886	0,28	22110	0,24	18382	0,22
24. «Компанія Система» (м. Запоріжжя)	39469	0,52	60831	0,22	68588	0,83
25. ЗАТ Теувес Холдінг «Тегра Україна ЛТД»	61213	0,81	54454	0,2	67414	0,81
інші	526206	6,96	213923	0,8	1011681	12,18
РАЗОМ	7560180	100,00	8926089	100	8305450	100,00

Джерело: узагальнено автором [122,123]

Таблиця 2.8

Загальні показники виробництва продукції спеціалізованими олійнодобувними підприємствами України за 2009–2013 рр.

Показник	Роки					Зміни, 2013 до 2009, %
	2009	2010	2011	2012	2013	
Перероблено олійного насіння, т	6572958	7123923	7560180	8926089	8305450	126,36
Вироблено нерафінованої олії, т	2714322	2954404	3647439	3647439	3342115	123,12
Вироблено шроту (макухи), т	2698035	2978936	3753929	3753929	3566301	132,18
Вироблено фосфатидного концентрату, т	5036	5770	6683	6683	5257	104,38
Виробництво фасованої олії, т	310007	314290	336225	277993	285316	92,03

Джерело: узагальнено автором [122,123]

Kernel Group працює на аграрному ринку України протягом десяти років. На сьогодні група компаній володіє Бандурським ОЕЗ, підприємством «Українська Чорноморська Індустрія»№ (м. Іллічівськ), підприємством «Кіровоградолія» (м. Кіровоград), підприємством «ПМЭЗ - Кернел Групп» (м. Полтава), Вовчанським ОЕЗ, Приколотнянським ОЕЗ (м. Миколаїв), що виробляють продукцію під торговельною маркою «Щедрий Дар», торговельною компанією «Кернел-Трейд» із представництвами в 11 регіонах країни та компанією «Inerco», 28 елеваторами з загальним обсягом зберігання 1,6 млн т, трьома автотранспортними підприємствами, п'ятьма агропідприємствами. ТОВ «Кернел-Трейд» через розгалужену дистриб'юторську систему реалізовує олію торгових марок «Щедрий дар», «Чумак домашня», «Чумак золота» та «Любонька».

Холдинг «Зерноторгова компанія» очолює групу компаній і фактично здійснює функції головної компанії холдингу, що працює у сфері аграрного

бізнесу з 1991 року. Олійноекстракційний завод АТ «Кіровоградолія» з 1998 року є виробничою одиницею холдингу з переробки насіння соняшнику, виробництва олії й шроту соняшникового. Компанія володіє декількома елеваторами й відкрила більше десятка представництв в основних аграрних регіонах України. Зовнішньоекономічну діяльність холдингу забезпечує компанія «Торговий дім «Артос», що входить до його структури.

ЗАТ «Євротек» є інтегрованою компанією, до складу якої входять 13 підприємств із зберігання та переробки зерна, хлібозавод 2 олійноекстракційних заводи. Компанія виготовляє рафіновану олію під торговельною маркою «Стожар».

Крім вертикально інтегрованих компаній, значну частку ринку займають також інші великі виробники. Серед них Пологівський ОЕЗ, Одеський ОЕЗ, Слов'янський ОЖК, а також Запорізький ОЕЗ. Наприклад, Пологівський ОЕЗ, що розташований в Запорізькій області, є одним з найбільших заводів в Україні та країнах СНД з переробки олійних культур та є єдиним комплексом цехів і допоміжних підрозділів з розвинутою інфраструктурою, що забезпечує можливість переробки до 1 250 т насіння соняшнику на добу, випуску 450–460 т соняшnikової олії та до 410 т соняшnikового шроту на добу. Пологівський завод утримує друге місце серед підприємств, що випускають олію та займає 10 % ринку. ЗАТ «Пологівський олійно-екстракційний завод» реалізує олію під ТМ «Славія».

Частки Слов'янського ОЖК, Одеського й Запорізького ОЕЗ на ринку олії коливаються в межах 6–8 % від загального обсягу ринку.

Окрім названих ринок нерафінованих олій в Україні представляють такі торгові марки «Авіс» (виробник – «Авіс», Вінниця), «Королівський смак» (виробник – «Віктор і Ко», Світловодськ Кіровоградської області), «Лагода» (виробник – «Базис», Токмак Запорізької області) і «Українська» (виробник ІН-Сервіс, Київ); ринок рафінованих олій: «Олейна», «Золота Краплинка», «Олейна вітамінна» (виробник – Дніпропетровський олійноекстракційний завод), «Олівія» (виробник – Сумський завод

продовольчих товарів, с. Бедрик Сумської області), «Олія соняшникова» (виробник – Харківський жировий комбінат, Харків), «Славія» (виробник – Пологівський олійно-екстракційний завод, м. Пологи Запорізької області), «Сонячна долина» (виробник – Одеський олієжировий комбінат, Одеса), «Сонола» (виробник – «ВІСМА», Кіровоград), «Чумак» (виробник – «Чумак», Каховка Херсонської області), «Щедрий дар» (виробник – «Стрілецький степ», Мілове Луганської області), які мають досить розгалужену дистриб'юторську систему, що діє на всій території України.

ТОВ «Кернел-Трейд» та ЗАТ «Пологівський олійно-екстракційний завод» є основними постачальниками соняшникової олії в роздріб.

Лідером з виробництва нерафінованої олії є компанія «Каргілл», що займає до 12% українського ринку, в групу лідерів також входять Пологівський ОЕЗ (до 6% ринку), ЗАТ «Євротек» (до 3%) та ТОВ «Зерноторговельна компанія» (до 39%).

Лідерство в сегменті ринку рафінованої олії втримує «Bunge», що має найбільші потужності з рафінації в Україні, займаючи до 38% загального обсягу вироблення рафінованої олії. Друге місце посідає компанія «Євротек», третє «Олія-Чумак», четверте місце, з практично вдвічі меншим обсягом виробництва, посідає Пологівський ОЕЗ. Ці чотири компанії нині забезпечують до 70% випуску рафінованої олії в Україні.

Залежно від виду та якості олії, її споживачами є населення, підприємства кондитерської, консервної, комбікормової, миловарної, лакофарбової, косметичної та хімічної галузей.

Обсяги виробництва олії повністю задовольняють споживчий попит на внутрішньому ринку. При цьому домінуючим є використання соняшнику для виробництва харчової олії. Внутрішній ринок споживає близько 501 тис. т, або 22% загального виробництва, з яких на частку населення припадає – 69%, виробникам маргарину – 11%, виробникам майонезу – 18%, на інше промислове споживання – 2%. Решта – це експортний потенціал.

Внутрішнє споживання олії власного виробництва в Україні за останні роки виросло з 1998 у 2 рази (з 7,5 кг) і складає 15 кг, при рекомендованій нормі річного споживання в 13 кг на людину. Така тенденція пов'язана, перш за все, з зниженням купівельної спроможності населення.

Під впливом споживчого попиту, що посилюється, і росту обсягів виробництва в кондитерській та хлібопекарській галузях, зростає також виробництво маргарину й майонезу, що потребує до третини сумарного виробництва соняшникової олії.

В Україні, через сформовану культуру споживання, донедавна населення віддавало перевагу нерафінованій олії. За останні роки спостерігається тенденція до зміни пропорцій уподобань споживачів. На ринку з'явилося близько 30 торговельних марок фасованої олії, деяким з них вдалося за короткий термін досягти статусу національних («Олейна», «Чумак», «Стожар», і інші.).

Функціонування олієжирових підприємств України характеризується виключно тенденціями зростання. Потужності олієжирової галузі за останні п'ять років збільшилися вдвічі, в галузь залучаються все нові й нові інвестиції, підвищуються вимоги до якості вироблюваної продукції.

Передумовою для збільшення експорту в олієжирової галузі у поточному сезоні є прогноз, що в країнах Європи відбудеться збільшення попиту на соняшникову олію з України і Росії, зважаючи на зниження врожаю соняшнику в Аргентині. Однак уряд кожної з вказаних країн, за умови зростання цін на соняшникову олію на внутрішньому ринку, може посилити або ввести обмеження на експорт соняшнику і соняшникової олії.

Прогнозується частковий перерозподіл експортних торговельних потоків між окремими видами олійних рослин. За останніх 5 років в Україні намітилася тенденція до зростання виробництва рапсу і сої. За цей час валовий збір насіння рапсу збільшився з 0,57 до 2,9 млн т, а сої – з 232 до 813 тис. т. Такому різкому стрибку виробництва рапсу сприяли загальносвітові тенденції збільшення попиту на рослинні олії у зв'язку зі збільшеним

використанням даної продукції при виробництві біопалива. При цьому варто відзначити, що рапс усередині країни практично не переробляється і в поточному сезоні більше 90% зібраного рапсу буде вивезено за межі України як сировина (переважно в країни Євросоюзу).

Досить важливим сегментом олієжирового підкомплексу є виготовлення продукції в якій рослинні олії є найважливішою складовою, – це майонез і згадані соуси, маргарин та саломас, різні спреди та жирові суміші. Виробництвом даної продукції займаються як безпосередньо олієжирові комбінати (їх частка складе 30–40 %), так і спеціалізовані підприємства.

Для виробництва зазначеної продукції використовується залежно від років від 20 до 30% рослинних олій, які виробляються українськими олієдобувними підприємствами

Протягом 2009–2013 рр. відбувається постійне зростання обсягів даної продукції в натуральних одиницях виміру про що свідчать дані таблиці 2.9.

Найбільшою складовою даного сегмента олієжирової продукції є виробництво маргарину. Його виробництвом займається близько 30 підприємств, але на ринку присутня також значна частка імпорту.

Нині на ринку виробництва майонезу працює близько 140 виробників. Виробництво майонезу в Україні склало 162 тис. т у 2009 р. та 173 тис. т у 2013 р. Експорт майонезу склав 2,5 тис. т у 2009 р., і 3,8 тис. т у 2013 р. В основному майонез експортується в Росію та Молдавію.

На ринку маргарину працює близько 30 виробників. Виробництво маргарину склало: 2009 р – 256 тис. т і близько 280 тис. т у 2013р.. Щорічний експорт маргаринової продукції – близько 2 тис. т, імпорт – 40 тис. т. Проблем з сировиною (крім сезонних коливань цін) у виробників не виникає. До вітчизняної належить олія та саломас, до імпоротної – тропічні олії, емульгатори, стабілізатори.

Таблиця 2.9

Загальні показники виробництва маргаринової продукції, саломасу, майонезів та соусів спеціалізованими олієжировими підприємствами України в 2009 – 2013 рр.

Показник	Роки					Зміни, 2013 до 2009 %
	2009	2010	2011	2012	2013	
Маргаринова продукція, т	256650	367441	357686	324789	279722	108,98
Фасована маргаринова продукція, т	46736	41182	38854	35119	31261	66,88
Майонези та соуси, т	162225	160800	164390	179758	173823	107,14
Спреди та жирові суміші, т	69039	56670	55445	51956	51453	74,52
Саломас, т	104338	102402	85537	79244	78318	75,06

Джерело: узагальнено автором [209]

На ринку виробництва мила працює 8 виробників. Виробництво туалетного мила склало: у 2009 р – 22 тис. т і 34 тис. т у 2013 р. Експорт туалетного мила щорічно складає близько 3 тис. т. Українські миловарні заводи в радянський час будувалися з таким розрахунком, щоб максимально використовувати місцеву сировину – яловичий жир. Скорочення в Україні поголів'я великої рогатої худоби призвело до дефіциту якісного яловичого жиру. Миловари змушені були шукати альтернативну сировину – рослинні (в основному пальмову, пальмоядрову) олії. Після цього почали імпортувати напівфабрикат – мильну основу (стружку або чіпси). Технологічний ланцюжок скоротився до декількох операцій – додавання ароматизаторів, стабілізаторів, барвників; перемішування, формування шматків та пакування.

Таблиця 2.10

Баланс олії (також основні оліємісткі продукти в перерахунку на олію) за
2004-2013 рр. , тис. т

Показник	Роки						
	2004	2005	2009	2010	2011	2012	2013
Виробництва олій рослинних – всього	1394	1437	2899	3101	3268	4067	3712
у тому числі соняшникова	1343	1382	2796	3030	3177	3939	3539
соєва	29	25	82	69	60	93	113
Зміна запасів на кінець року	34	114	-30	-151	33	-75	10
Імпорт	180	264	316	319	249	231	296
у тому числі пальмова	130	204	266	280	190	172	238
кокосова	19	22	28	32	31	27	29
Всього ресурсів	1540	1587	3245	3571	3484	4373	3998
Експорт	882	900	2483	2850	2814	3742	3353
у тому числі соняшникова	869	852	2327	2701	2683	3614	3209
соєва	3	8	38	46	38	58	82
Втрати, витрати на нехарчові цілі	43	52	51	41	45	40	41
Фонд споживання	615	635	711	680	625	591	604
у розрахунку на 1 особу, кг	13.0	13.5	15.4	14.8	13.7	13.0	13.3

Джерело: узагальнено автором [210]

Крім цього структурна перебудова олієекстракційної промисловості поклала початок тенденції переміщення нових виробництв у морські порти або прилеглі території.

Ця тенденція, безумовно, продовжиться. Слід враховувати, що потужності в портах найбільш ефективні, оскільки вони використовують нове та найсучасніше обладнання, а також несуть більш низькі транспортні витрати за рахунок відсутності логістичної ноги з доставки продуктів переробки, призначених на експорт, у порт.

Разом з тим Україна останні роки значно нарощує темпи експорту олії, яку набагато вигідніше експортувати ніж насіння олійних культур. На

сьогоднішній день країна споживає 20% обсягу виробництва рослинних олій інша частина відповідно, експортується (рис. 2.8). Крім цього спостерігається значне зростання частки рослинних олій в загальному експорті (таб 2. 11).

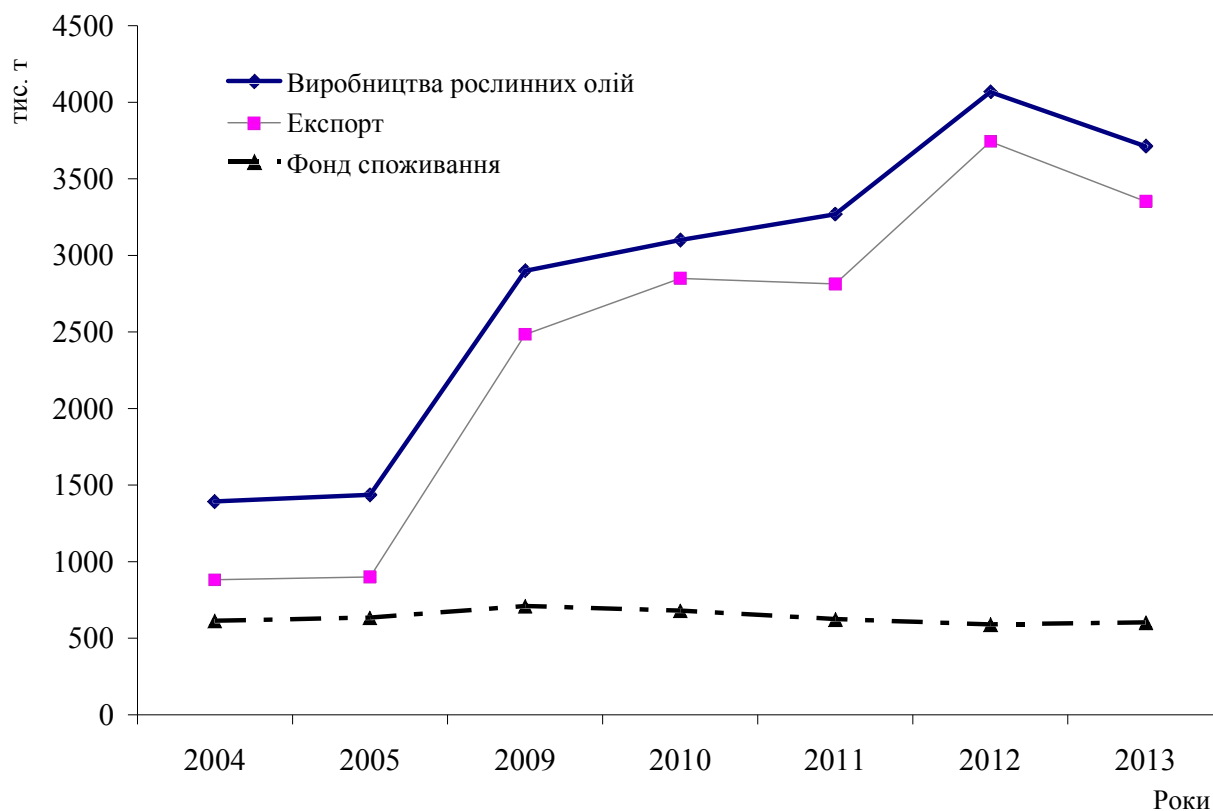


Рис. 2.8. Виробництво, споживання та експорт рослинних олій в Україні за 2004 – 2013 рр.

Джерело: Розраховано автором за даними Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> [210]

На сьогоднішній день українські рослинні олії експортується в 88 країн світу, особливо це стосується соняшникової. Згідно зі звітним балансом Міністерства аграрної політики та продовольства, в сезоні 2012-2013 років в Україні загальний обсяг виробництва рослинних олій сягнув 4 млн т, з яких 3,5 млн т – це соняшникова олія.

Значна частина внутрішнього обсягу виробництва рослинних олій було направлено на зовнішні ринки. Експорт цієї продукції в 2012/2013 маркетинговому періоді становив 3,4 млн. т, з нього соняшникової олії - 3,25 млн. т.

Останнім часом для України відкрився дуже перспективний китайський ринок. Китай минулого сезону імпортував з України всього 10 тис. т соняшникової олії, в сезоні 2012/2013 МР відвантаження соняшникової олії у Китай зросли до 98 тис., або до 4 % загального експорту.

Крім Китаю, новими ринками збуту для української соняшникової олії стали Саудівська Аравія та Алжир, куди відвантаження олії з кожним сезоном збільшуються.

Таблиця 2.11

Питома вага експорту вітчизняних рослинних в загальному експорті (Код УКТ ЗЕД 1507–олія соєва, 1512– олія соняшникова, 1514– олія свиріпова, ріпакова, гірчична) у 2004 – 2013 рр.

Рік	Загальний український експорт тис. дол. США	Обсяг експорту рослинних олій Код УКТ ЗЕД 1507,1512,1514 тис. дол. США	Питома вага %
2004	32672318,2	563734	1,73
2005	34286748,2	563734	1,64
2006	38367704,4	932729	2,43
2007	49248063,6	1544634	3,14
2008	66954429,8	1668308	2,49
2009	39702883,3	1649203	4,15
2010	51430521,6	2410215	4,69
2011	68394195,7	3205486	4,69
2012	68809810,6	4040060	5,87
2013	63312022,1	3398359	5,36

Джерело: Розраховано автором за даними Державної фіскальної служби [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ms/> [211]

В останні роки постійно зростає промислове виробництво та переробка сої. Білкові продукти із сої, ринок яких достатньо широко розвинутий на Сході та в Європі, знаходять своїх споживачів і в нашій країні. Потенціал цього ринку залишається достатньо високим для нарощування виробництва і переробки сої.

Як свідчать дані таблиці 2.12 основний ринок преробки сої контролюють 4 підприємства – це «Каховка Протеїн-Агро» (м. Нова

Каховка), Гайсинська філія ДП ЗАТ Теувес Холдінг «Тегра Україна ЛТД», «Компанія Система» (м. Запоріжжя) та «Протеїн продакшн» (м. Кіровоград). В загальному їх частка становить в 2013 р. близько 60 %. В цілому за 2009–2013 рр. лише 20 % сої преробляється на вітчизняних підприємствах.

Таблиця 2.12

Підприємства переробники сої в Україні в 2013 р.

Підприємство	Тонн	%
Пологівський ОЕЗ	35102	6,08
Запорізький ОЖК	5070	0,88
«Агропроінвест 08» (Запорізька обл.)	11649	2,02
Зіньківський ККЗ	1549	0,27
«Агро-Антік» (Харківська обл.)	10450	1,81
«Каховка Протеїн-Агро» (м. Нова Каховка)	111024	19,23
Гайсинська філія ДП ЗАТ Теувес Холдінг «Тегра Україна ЛТД»	67414	11,67
«Київ-Атлантик Україна» (м. Київ)	19601	3,39
«Венус Україна» (Хмельницька обл.)	14197	2,46
«Компанія Система» (м. Запоріжжя)	68588	11,88
«Зерно продукт» (Донецька обл.)	23387	4,05
«Славтрейд Агро» (м. Слов'янськ)	48494	8,40
«Протеїн продакшн» (м. Кіровоград)	114785	19,88
«Агро-Еко XXI Плюс» (Хмельницька обл.)	24785	4,29
«Крем ікс» (Полтавська обл.)	11654	2,02
«Валента» (Київська обл.)	9725	1,68
РАЗОМ	577474	100,00

Джерело: узагальнено автором [209]

Переробка ріпаку донедавна залишалось поза увагою олієжирових підприємств. Ріпак вирощували, в основному як експортну олійну культуру. Розміри його виробництва були незначними. Але з зростанням цін на енергоносії ріпак починає займати провідне місце серед сільськогосподарських культур, які є сировиною для виробництва біопалива.

Потужності вітчизняних олієжирових комбінатів оцінюються на досить високому рівні. Проте технології більшості переробних підприємств не дають можливості переробляти ріпак. Наразі зараз ріпак переробляє 7 підприємств 4 з яких контролюють 80% ринку, але частка переробки

залишається достатньо низькою, так з вироблених в 2013 р. 2351700 т прероблено лише 115075 т, що становить 4,9% (таб. 2.13).До того ж переробники традиційно віддають перевагу соняшнику, адже збут олії та шроту краще налагоджений всередині країни та за її межами. З іншого боку, виробництво біодизелю не набуло поширення в Україні.

Таблиця 2.13

Підприємства переробники ріпаку в Україні в 2013 р.

Підприємство	Обсяг, т	%
Вінницький ОЖК	31969	27,78
Чернівецький ОЖК	19059	16,56
Ніжинський ЖК	3239	2,81
"ГрадОлія" (м. Кіровоград)	23729	20,62
"Відродження" (Кіровоградська обл.)	17510	15,22
"Оліяр" (Львівська обл.)	7502	6,52
"Агротехніка" (м. Луцьк)	12067	10,49
РАЗОМ	115075	100,00

Джерело: узагальнено автором [122,123]

Ріпаковий підкомплекс, незважаючи на більш прибуткові переробку і реалізацію за кордон готової продукції (олії, біопалива, шроту, гліцерину), продовжує завантажувати іноземні переробні потужності своїм насінням. За період 2009– 2013 рр. було експортовано в середньому 98% вирощеного урожаю ріпаку. Частка переробки за 2009– 2013 рр. становить 0,5-4,5%. Лідуючі торгові позиції в експорті посідають такі компанії як ТЗОВ «Кернер-Трейд», ВП «Серпа», ЗАТ «Каргілл», ТЗОВ СП «Нубілон», частка яких в українському експорті становить майже 55 % (табл. 2.14).

Україна зараз виступає експортером ріпаку як сировини, яку переробляють на біопаливо в Європі. На сьогодні головне завдання - налагодити переробку в Україні. Це дасть змогу збільшити рентабельність і використати біопальне для внутрішніх потреб України. На думку експертів, впровадження ефективних технологій вирощування ріпаку, контроль за дотриманням сівозміни і організація його переробки в Україні є

ефективнішими діями, ніж примусове зменшення обсягів вирощування цієї прибуткової культури в Україні. [164]

Таблиця 2.14

Рейтинг експортерів насіння ріпаку в 2013 р .

Компанія	Обсяг експорту насіння, тис. т	Частка компаній в експорті насіння, %
ТЗОВ «Кернел-Трейд», м. Київ	267,6	19,3
ВП «Серна», м. Київ	201,2	14,5
ЗАТ «АТ Каргілл», м. Київ	188,6	13,6
ТЗОВ «Нібулон», м. Миколаїв	105,1	7,6
ТЗОВ «Альфред С. Топфер Інтернешенал (Україна)», м. Київ	88,6	6,4
ТЗОВ «Агропромислова група», м. Київ	39,1	2,8
ТЗОВ «Амако Україна», Київська обл.	30,5	2,2
ТЗОВ «Українські аграрні інвестиції», м. Київ	25,0	1,8
ТЗОВ «Югос»	21,7	1,6
ДП «Сантрейд»	19,6	1,4
Інші	399,6	28,8
Разом	1386,6	100

Джерело: узагальнено автором [209]

Швидке нарощування олієекстракційних потужностей за останні роки призвело до виникнення диспропорцій між пропозицією і збільшеним виробничим потенціалом галузі.

За останні роки відбулось будівництво нових потужностей, технічне переоснащення діючого олієжирового підкомплексу, оновлення матеріально-технічної бази, застосування енергоощадних технологій, вкладання значних інвестицій

На даний час багато іноземних компаній інвестують у спорудження олієжирових заводів в Україні. В 2013 р. запущені одразу два підприємства, побудовані міжнародними компаніями «Дельта Вілмар СНД» та Noble Group

Limited в Одеській (потужність 1,5 тис. т насіння на добу, обсяг інвестицій – \$ 87 млн.) й Донецькій (потужність 1,2 тис. т насіння на добу, обсяг інвестицій – \$ 80 млн.) областях, сказано в повідомленнях компаній. Це будуть другий та третій нові заводи, які запрацювали в країні в 2013 р. У жовтні 2013 р. олійноекстракційний завод, що переробляє 1,2 тис. т соняшнику на добу, вже запустила компанія «Vioil» (Вінницький ОЖК). Потужності з переробки соняшнику після запуску трьох заводів збільшаться майже на 1,5 млн. Все це призвело до недостатньої завантаженості підприємств. Так, за підсумками 2013 р. показник використання виробничої потужності при переробці насіння соняшнику на олію на екстракційних заводах (загальна потужність 7,6 млн. т /рік) склав 86%, на олійно-пресових заводах (загальна потужність 1,5 млн т/рік) – 75%. В цілому показник використання виробничих потужностей при переробці насіння соняшнику в 2013 р. склав 90%. Виробничі потужності спеціалізованих підприємств, що переробляють насіння сої, використовувались на 74% [212].

Використання потужностей при виробництві маргаринової продукції у 2013 р. становило 67,0%. Показник використання потужностей при виробництві майонезів та соусів в 2013 р. становив 49,1% від наявних виробничих потужностей.

З метою вирішення даної проблеми необхідно здійснювати збільшення виробництва олійних культур за рахунок: дотримання посівного балансу; просування посівних площ на північ; підтримка вітчизняного насінництва, використання новітніх технологій в вирощування олійних; оптимізація розміщення олієдобуваних заводів [99].

Вітчизняний олієжировий підкомплекс є експортно залежним. А відтак, кон'юнктура світового ринку має прямий вплив на внутрішню ситуацію.

Щодо обсягу імпорту, харчових рослинних олій то він незначний. Україна імпортує пальмову, кокосову, оливкову, арахісову олію. Основою

імпорту є пальмова олію (80 %) (табл. 2.15) Найбільші імпортні надходження по олійній сировині здійснювались з країн СНД та Європейського Союзу

Таблиця 2.15

Зовнішньоторговельні операції з тропічних олій в Україні у

2009–2013 рр., тис. т

Види олії	Роки									
	2009		2010		2011		2012		2013	
	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт
Пальмова олія	265,4	89,7	279,9	98,0	189,8	28,2	171,9	47,4	257,4	55,4
Олія кокосова	27,6	0,4	32,3	3,3	30,7	3,4	26,9	6,1	30,5	6,8

Джерело: узагальнено автором [211]

Однак інвестиції у виробництво були явно недостатніми. Реакцією на зазначені вище диспропорції був перерозподіл маржі (виробленої доданої вартості) в ланцюжку «вирощування соняшнику – виробництво олії».

Ринок олії є одним із найконкурентніших в Україні. Запровадження експортного мита, в останні роки, сприяло більш високому завантаженню виробничих потужностей підприємств, що виробляють харчову олію, та створенню більш сприятливого інвестиційного клімату у цьому секторі.

Одним з основних стимулів інвестування в галузь в останні роки з боку як вітчизняних, так і закордонних інвесторів був стабільно високий експортний попит на олію.

За останні п'ять сезонів експортні поставки цього товару перебували в межах від 426 до 977 тис. т .

Іноземні компанії презентовані, передусім, дочірніми структурами, серед яких слід відзначити такі, як Cargill і Bunge.

«Cargill» є однією з найбільших світових компаній, що інвестує у сільське господарство в 60 країн світу. Компанія одна з перших прийшла на український ринок виробництва олії. У Донецьку за два роки був побудований один з найбільших переробних комплексів у СНД (Cargill Industrial Complex). Загальний обсяг інвестицій оцінюється в 50 млн. дол. США. Запуск заводу АТ «Каргілл» був здійснений у 2000 р. Сьогодні завод вийшов у лідери вітчизняного виробництва рослинної олії.

Міжнародний агропромисловий холдинг «Bunge.» займає провідний стан на світовому ринку агробізнесу, виробництва добрив і харчових продуктів. В Україні інтереси «Бунге» представляє дочірнє підприємство «Сантрейд», створене в 1998 р. «Бунге» почав освоювати український ринок у 2002 році з придбання відомої торговельної марки «Олейна» і АТ «Дніпропетровський ОЕЗ», яке її випускає. Для «Бунге» купівля українського лідера у виробництві фасованої олії мала велике значення, тому що близько 70% «Олейни» відправляється на експорт. Європейська філія компанії «Бунге» на паритетних засадах з кіпрською компанією «Езіор Corporation» створили спільне підприємство з метою будівництва олієпереробного комплексу в Іллічівськоу порту.

Пріоритетність інтеграції України до світового олійного ринку підтверджується тим, що національна олієжирова галузь виступає однією з провідних експортно-орієнтованих галузей харчової промисловості країни. За сучасних умов господарювання ринок рослинної олії серед основних світових продовольчих ринків є найбільш динамічним у своєму розвитку. Олієжирова галузь є однією з найприбутковіших галузей української економіки, що вдалося досягти за рахунок впровадження значного експортного мита на насіння соняшнику в 1999 р. в розмірі 23%, (це дозволило збільшити переробні потужності на внутрішньому ринку країни з 3 до 8,5 млн т. У 2010 р. розмір мита складав 12 %, а вже з 1 січня 2012 р. ця ставка була знижена до 10 %. В подальшому ставка має знижуватись і досягнути 0 %.

Україна вже протягом 4 останніх років зберігає за собою третю позицію в рейтингу світових виробників і переробників соняшнику, поступаючись об'ємами виробництва лише країнам ЄС і Росії.

Український олієжировий підкомплекс має досить розвинену інфраструктуру, яка включає значну сировинну базу, потужні модернізовані підприємства, налагоджену систему логістики, мережу морських та річкових портів (6 портів та 9 терміналів), дилерські мережі.

Разом з тим вітчизняний олієжировий підкомплекс має ряд проблем з екологічним виснаженням основних сировинних зон, недостатнім впровадженням нанотехнологій, невизначеністю ситуації щодо квот та ліцензій на експорт соняшникової олії. Проте українська продукція, при зазначених складнощах й нині утримує позиції лідера на світовому ринку.

2.3 Організаційно-економічний механізм розвитку олієжирового підкомплексу України.

Природно-кліматичні умови в Україні є досить сприятливими для вирощування олійних культур майже в усіх регіонах, за винятком лише частини західної території України, це Рівненська область, Львівська й Волинська область. До регіонів, які мають найбільш сприятливі умови відносять землі областей степової зони – Кіровоградської, Дніпропетровської, Запорізької, Миколаївської, Херсонської, Одеської, Донецької та Луганської.

Система інституціональних структур розвитку підприємств олієжирового підкомплексу й принципів, методів, прийомів і способів їх організації та інших засобів, зокрема регуляторної політики держави щодо підвищення конкурентоспроможності і продуктивності у сфері виробництва, переробки та реалізації продукції й підтримки вітчизняних товаровиробників виявляється в його організаційно-економічному механізмі. Забезпечення ефективності функціонування може бути досягнуто лише при здійсненні

постійного моніторингу результативності діяльності усіх складових щодо обґрунтування прийнятих управлінських рішень, які приймаються з метою оптимізації наявних та впровадження нових методів, підходів і важелів для раціоналізації діяльності товаровиробників олієжирової продукції. Такий механізм повинен відповідати певним вимогам, до яких передусім відносять: адаптивність, можливість ефективно використовувати ресурсні можливості олієжирової промисловості, стимулювання національних виробників інноваційної продукції, збалансування регуляторного впливу держави з сучасними вимогами ринку. Організаційно-економічний механізм як основний та найбільш дієвий важіль результативності функціонування олієжирового підкомплексу базується на поєднанні нормативно-правового, економічного, організаційного та інфраструктурного забезпечення (рис. 2.9).

Високий рівень державного регулювання при виробництві та переробці олійних культур буде забезпечено внаслідок:

- цінового регулювання;
- проведення субсидування виробників, які виготовляють засоби та предмети праці, а також відсотків з одержаних кредитів;
- формування сприятливих умов для розвитку ринку;
- бюджетне фінансування та вдосконалення виробничої матеріально-технічної бази, що сприятиме підвищенню ефективності виробництва і фінансування регіональних державних програм розвитку виробництва;
- розробка та впровадження різноманітних макроекономічних заходів (пільгова податкова політика, державний протекціонізм),
- вдосконалення зовнішньоторговельної діяльності.

Державна підтримка олійного підкомплексу, на наш погляд, насамперед має стосуватися вирішення питання ціноутворення на продукцію.

Удосконалення цінового, податкового та митного механізмів, збалансування господарської діяльності виробників сільськогосподарської продукції покликані забезпечити позитивні структурні зміни та підвищення ефективності олієжирового підкомплексу [74].

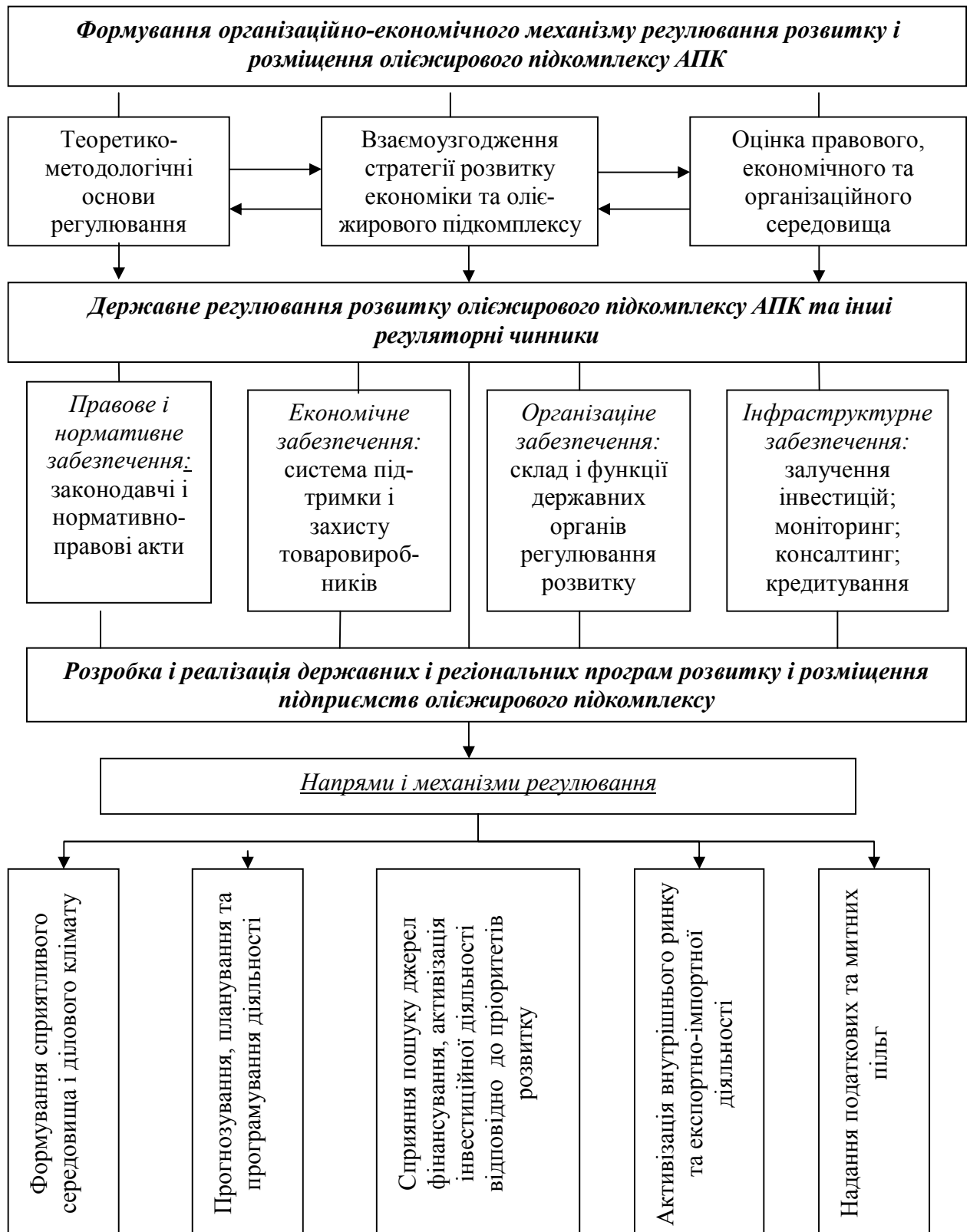


Рис. 2.9. Організаційно-економічний механізм розвитку олієжирового підкомплексу України.

Джерело: складено та узагальнено автором

Вступ до СОТ примушує вітчизняних виробників опанувати нові навички управління, сучасні аспекти ділової практики, розширить можливості іноземних інвестицій. Тому при значних витратах і змінах на початкових етапах, в цілому, економіка країни може вийти на більш високий рівень, якість продукції покращиться, споживач отримає кращий готовий продукт.

У найближчі роки після отримання членства України у СОТ можливе зниження конкурентоспроможності вітчизняних виробників. Тому, вітчизняним підприємствам вже на сучасному етапі господарювання необхідно розробляти стратегії завоювання сегментів зовнішніх ринків [64, С.139].

Трансформаційні зміни в економічному механізмі господарювання АПК призвели до порушення організаційних зв'язків в олієжировому підкомплексі, розбалансованості ринку олійних, слабкому матеріально-технічному обслуговуванню й впровадженню інноваційних технологій в процеси виробництва та доведення олієжирової продукції до споживача.

Враховуючи викладене, вітчизняна олієжирова промисловість має достатні потенційні можливості для підтримки та розширення зайнятих конкурентних позицій на світовому ринку. Разом з тим, необхідно здійснити заходи щодо:

- формування державної економічної підтримки вітчизняних сільськогосподарських виробників, які в своїй діяльності застосовують новітні технології, наукомістке обладнання та устаткування;
- забезпечення формування та розвитку системи фондів інноваційного спрямування та різнорівневої підтримки інноваційного підприємництва;
- залучення зовнішніх кредитних ресурсів для реалізації інноваційних проектів під конкретні виробничі програми, передусім, для інноваційно-інвестиційного спрямування розвитку аграрного сектора економіки;
- формування політики з надання додаткових пільг в сфері оподаткування для товаровиробників інноваційної продукції та залучення

вивільнених коштів як додаткового джерела для інвестування інноваційних проектів та програм;

– удосконалення законодавчого забезпечення у сфері державної підтримки та державного фінансування галузі.

Прискорені темпи галузевого зростання в межах виконання пріоритетних завдань можуть бути досягнуті завдяки досить високому рівню розвитку інноваційного потенціалу та конкурентним перевагам конкретного регіону з виробництва продукції.

Положення про необхідність державного управління розвитком сільського господарства в розвинених країнах світу стало аксіомою і за будь-яких зовнішніх чи внутрішніх обставин не підлягає фундаментальному перегляду. Навпаки, в умовах світових фінансових, продовольчих та енергетичних викликів ці країни посилюють регуляторний характер розвитку сільськогосподарського виробництва, змінюючи акценти на ті чи інші пріоритети. Держави все більше втручаються в глибинні соціально-економічні питання його функціонування [5, С. 11].

Збалансування розвитку підприємств олієжирового підкомплексу України базується на розміщенні посівів олійних культур у регіонах, де є найсприятливіші умови для виробництва оздоровленого насіннєвого матеріалу. Концепція розвитку передбачає оновлення та удосконалення матеріально-технічної бази виробництва, переробки, заготівлі та реалізаційної мережі.

Реалізація державної політики з метою економічного регулювання ринку насіння олійних культур та олії повинна враховувати розробку та реалізацію цільових програм, інвестиційну та податкову підтримку й організацію збуту готової продукції.

Регулювання ринку насіння олійних культур і можливостей його ефективною переробки держава має здійснювати через систему економічних заходів. Основний зміст останніх при цьому базується на досягненні гнучкої взаємодії структурних елементів олієжирового підкомплексу, вдосконаленні

розміщення підприємств на основі впровадження розвинутих економічних взаємозв'язків і нових методів управління.

Україна планує розширення географії поставок соняшникової олії, зокрема, за рахунок Республіки Бангладеш та Китайської Народної Республіки [209]. Нині розширення зовнішніх ринків є одним з головних завдань розвитку АПК.

Як зазначалось вище, в 2013 р. було вироблено близько 3342115 т нерафінованої соняшникової олії, при цьому експортовано було 3183924 т олії, та 2777396 т. соняшникового шроту та макухи, зважаючи на те, що потреби внутрішнього ринку держави у соняшниковій олії було забезпечено у повній мірі. Згідно даними державного комітету статистики України на продовольчі потреби населенню щороку потрібно в межах 15–20% від загального обсягу виробленої продукції підприємствами олієжирового підкомплексу. При цьому необхідно відмітити, що обсяги експорту соняшникового насіння незначні і мають чітку тенденцію до скорочення.

Щодо сої та ріпаку, то тут спостерігається чітка тенденція до зростання обсягів експорту як насіння, так і продуктів преробки – шроту і макухи, а також безпосередньо олії. Але експортна перевага з даних культур все рівно надається насінню (таб 2.16).

Необхідність забезпечення трансформації олієжирового підкомплексу до умов ринкової конкуренції, реструктуризації і підвищення результативності діяльності підприємств даної галузі, впровадження базових змін та інновацій в розміщенні, варто розглядати не як функції певного міністерства, а як загальнонаціональний проект. Обґрунтоване державне регулювання, удосконалення системи сталого функціонування та розвитку різнорівневих економічних систем в майбутньому, зміцнення існуючих та завоювання нових позицій на зовнішньому та внутрішньому ринках українським олієжировим підкомплексом залежить від стратегічного запровадження дієвого механізму здійснення організаційно-економічних змін, формування

сучасної нормативно-правової бази для здійснення інноваційно-інвестиційної політики в державі.

Таблиця 2.16

Експортні операції по олійних культурах та продуктах їх переробки в Україні за 2009 – 2013 рр., тис. т

Роки	Насіння	Шрот та макуха	Олія
Соняшник			
2009	728,1	2475,9	2333,8
2010	409,7	2650,6	2702,0
2011	323,4	2954,5	3345,5
2012	282,1	4107,8	3614,0
2013	70,1	2777,4	3183,9
Соя			
2009	421,3	4,5	40,5
2010	449,6	4,6	46,3
2011	898,5	8,7	49,9
2012	1480,9	14,9	57,7
2013	1478,8	21,2	82,1
Ріпак			
2009	1854,6	7,6	4,8
2010	1509,7	1,1	1,6
2011	1354,2	1,9	2,0
2012	1297,6	2,5	5,2
2013	2323,2	65,6	61,8

Джерело: складено та узагальнено автором [122,123]

В роботі нами обґрунтовано цілий ряд заходів щодо удосконалення регулятивної політики діяльності підприємств олієжирового підкомплексу, підвищення конкурентних переваг паралельно з реалізацією реформ в системі співробітництва підкомплексу з регіонами в управлінській та організаційній структурах. До таких заходів належать: впровадження інноваційних технологій, високоефективних методів діяльності, нових товарів та послуг; проведення досліджень щодо стану і можливих перспектив розвитку ринку в розрізі його функціонування на національному, регіональному і зовнішньому рівнях; покращення матеріально-технічної бази

через застосування фінансування на основі лізингових схем; врахування у виробничому процесі вимоги потенційних споживачів; активна підтримка на шляху формування ринку якісної олієжирової продукції вітчизняного виробництва; розвиток збутової мережі. В роботі запропоновано систему показників рівня ефективності олієжирового комплексу, з урахуванням чітко визначених напрямів дерегуляторної діяльності суб'єктів ринку олієжирової продукції.

Вивчення цінової політики національних експортерів соєвого жмиху і шроту показує, що в порівнянні з реальними обсягами відвантажень, перший має тенденцію до зростання. Це, вочевидь, варто пов'язати з підвищенням цін на продукцію такого характеру всередині країни. Збутовій політиці належить переважна роль щодо забезпечення конкурентоспроможності товаровиробників олієжирового підкомплексу та їхньої продукції в частині здійснення ефективної маркетингової програми. Збутова діяльність охоплює цілий ряд методів реалізації виробленої продукції: прямі продажі, через мережу дистриб'юторів (посередників), або ж комбінований метод. Як і будь-який товар на ринку, продукція олієжирового комплексу вимагає системи стимулювання збуту, навіть незважаючи на те, що попит на даний вид продукції постійний і майже не залежить від сезонного характеру виробництва. Разом з тим, продукція олієжирової галузі передбачає реалізацію системи методів впливу не лише щодо формування попиту на неї, а й щодо стимулювання підвищення попиту, наприклад, організація різноманітних виставок для показу зразків й ознайомлення потенційних споживачів з перевагами та властивостями продукції в порівнянні з аналогами конкурентів, рекламна політика та ін. За результатами проведених автором досліджень аналітичного характеру щодо вивчення досвіду та результатів роботи основних гравців світового аграрного ринку можна стверджувати, що маркетинг займає важливе місце серед наявних інструментів досягнення сталого розвитку даної галузі.

Ситуація, що склалась на ринку олієжирової продукції України потребує формування зацікавлених і причетних до діяльності соєвого комплексу нових сучасних ринкових структур цільового спрямування. Як показують проведені дослідження з моніторингу результативності маркетингової політики в галузі олієвиробництва, структурні елементи системи маркетингу олієжирової продукції потребують постійної адаптації відповідно до змін у підприємницькому та господарському середовищах (законодавство, економіка, конкуренція, демографія, технологія, політика та ін.). Перераховані складові прямо впливають на діяльність товаровиробників та результати виробництва. Для формування в олієжировому підкомплексі сучасної маркетингової інфраструктури необхідно враховувати функціонування комплексної системи різних рівнів, для якої задоволення інтересів та потреб товаровиробників і вимог споживачів є головною кінцевою метою. Для маркетингової діяльності основними завданнями на ринку олії є наступні:

- проведення досліджень на шляху вивчення ринку олієпродуктів;
- вивчення потреб споживача, внутрішнього і зовнішнього середовищ маркетингу, позиціонування продуктів;
- ціноутворення і цінова політика;
- здійснення ефективної товарної політики, а також розподілу і руху продуктів;
- міжнародний маркетинг та управління;
- застосування комунікації і стимулювання маркетингового характеру.

Формування та діяльність інфраструктури маркетингового характеру на ринку олії необхідно розглядати в сукупності та в комплексі загальної систематизації рекламної політики та загальної агромаркетингової інфраструктури, що функціонують та розвиваються в єдиному маркетинговому середовищі світового ринку. Нині у співробітництві виробників сільськогосподарської продукції з переробними підприємствами

наявна суттєва проблема налагодження взаємин, оскільки необхідність самостійного пошуку товаровиробниками ринків та шляхів збуту і виробничих можливостей переробки виробленої сировини тягне за собою значні затрати, а також посилює горизонтальну і вертикальну дезінтеграцію у функціонуванні всього олієжирового комплексу. Наслідками такої негативної ситуації, що склалася, є неповна завантаженість переробних потужностей підприємств (70–80%), що в результаті сприяє зростанню витрат як товаровиробників, так і переробних підприємств галузі. Проведені нами аналітичні дослідження ситуації в олієжировому підкомплексі виокремлюють появу нових маркетингових каналів щодо охоплення переважної частини ринку, задоволення потреб споживачів, отримання максимально можливого прибутку для всіх суб'єктів олієжирової галузі. Так, переорієнтація олієжирового підкомплексу відповідно до потреб ринку й, зокрема, використання олієжирової продукції при виробництві продуктів харчування вимагає внесення певних змін у звичну діяльність виробничих служб, постачальницько-збутових, управлінських, фінансових, кадрових і їх підрозділів та передбачає застосування інноваційних рішень, які спрямовуються на задоволення потреб покупців щодо якісних параметрів, строків реалізації товару, асортименту та ін. Трансформаційно-адаптивний період підтверджує необхідність створення організаційно-структурної системи, яка б вирішувала маркетингові завдання галузі, що нині набуває особливої значимості через активний розвиток світового ринку олієпродуктів та олії на фоні агромаркетингових потреб.

Розв'язання проблеми збутової діяльності в олієжировому підкомплексі можливе шляхом створення системи маркетингових і консультаційних центрів, які гармонічно входять в інтегровану мережу об'єктів ринкової інфраструктури певного регіону. Основними ланками такої структури можуть бути маркетингові відділи окремих підприємств; збутово-маркетингові центри на рівні районів, областей, міжрегіональні збутово-маркетингові центри та зональні їх об'єднання. До основних функцій таких

організаційних утворень належать: збір, обробка, аналіз та прогнозна оцінка інформаційних даних щодо кон'юнктури, тенденцій та перспектив розвитку основних показників ринку олієжирової продукції; пошук, підбір та створення бази роздрібних та оптових партнерів у сфері торгівлі, представництво інтересів торгових партнерів, розробка проектів торговельної документації, формування пакетів угод і супроводження підписання договорів щодо збуту продукції олієжирового підкомплексу, надання послуг необхідних товаровиробникам відповідно їх потреб, вивчення та моніторинг конкурентного середовища, позицій товаровиробників олії та олійної продукції, розробка та реалізація програм і проектів, стратегій із забезпечення та підвищення конкурентних переваг продукції конкретного регіону; підбір цільових інноваційних рішень або проектів для впровадження у виробничу діяльність, пошук внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування, надання підтримки при розробці та реалізації бізнес-планів, розробка та проведення оцінки ефективності маркетингових рішень, координація діяльності структурно-виробничих складових, розробка та реалізація маркетингових планів по просуванню продукції на ринок та їх виконання. При цьому основна роль на нижньому рівні повинна належати маркетинговій службі товаровиробника. За нашими підрахунками обсяг сумарних витрат на формування та реалізацію системи маркетингу продукції на регіональному рівні не перевищать 5 % від обсягу виручки реалізованої продукції.

За результати проведених оцінок фахівцями галузі, залучення та ефективного використання в агромаркетинговій діяльності, з врахуванням безпосередньо виробничого процесу, вже існуючих засобів зв'язку, сховищ, кадрового потенціалу, транспорту та інфраструктури, не потребуватиме значних витрат, а навпаки, сприятиме підвищенню результативності діяльності суб'єктів господарювання приблизно на 20–30% [6, С.112].

Існуюча практика ціноутворення, становлення конкуренції в аграрному секторі та на продовольчих ринках, зміни у земельних відносинах і формах

господарювання свідчать про значну розбалансованість інститутів і механізмів розвитку та регулювання аграрного ринку.

Між тим ситуація, що створюється на світових ринках аграрної продукції, відкриває нові можливості для України, яка має необхідні ресурси і технології.

Україна як один із провідних експортерів олієжирової продукції, здатна сприяти у розв'язанні світової продовольчої проблеми та реалізувати власні економічні інтереси на світових аграрних ринках.

Проведені дослідження показують, що підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємств олієжирового підкомплексу можливе за рахунок налагодження інтеграційних зв'язків з інноваційною інфраструктурою, запропонований варіант якої представлений на рис. 2.10

Очевидно, що крім матричної організаційної структури підприємства і так званого «ближнього кола» організацій, що безпосередньо впливають на інноваційний процес усередині нього, важливою складовою зовнішнього контуру повинні стати державні установи та організації, що забезпечують підтримку на правовому рівні та формують державну інноваційну політику. Це дасть можливість вибудувати систему інтегрованої взаємодії між підприємством і зовнішнім середовищем (економічною, соціальною, політичною складовими та ін.), що дозволить ефективно управляти процесами перетворення нових знань у нові конкурентоспроможні товари та успішно реалізувати їх на ринку.

На перспективу в Україні серед можливих варіантів і моделей розвитку олієжирового підкомплексу найбільш реальними визначено:

Перший варіант можна реалізувати через державну регуляторну політику з урахуванням накопиченого досвіду та існуючих реалій;

Другий варіант спрямований на реалізацію системи заходів покращення результатів соціально-економічної і фінансової діяльності олієжирового підкомплексу шляхом широкого впровадження здобутків структурної, регіональної та інноваційно-інвестиційної політики.

З урахуванням існуючих тенденцій, факторів і конкурентних переваг можна стверджувати, що саме науково-дослідна та інноваційна сфери забезпечать мультиплікативний ефект, що виникає внаслідок максимального використання всіх елементів інноваційного потенціалу, що веде до зростання інноваційної активності в організаціях і на підприємствах галузі і, отже, в країні в цілому. Досягнення мети стимулювання та розвитку потенційних точок економічного зростання може здійснюватися за рахунок зниження законодавчих бар'єрів в інвестиційній діяльності, а також таких інструментів, як система спільного фінансування інноваційних проектів з боку зацікавлених суб'єктів, також великих фінансово-промислових груп.

При цьому необхідно створювати стимули для структурно-організаційної перебудови галузі на основі приватно-державного партнерства, що забезпечуватиме використання лізингових і концесійних механізмів фінансування інвестиційних та інфраструктурних проектів

Впровадження практики тісної взаємодії з різноманітними підприємницькими асоціаціями («Укроліяпром») дозволить виробити єдину політику розвитку та реалізації цільових програм. Необхідне проведення політики з виявлення можливостей розвитку еколого-економічних кластерів на територіальному рівні.

Регіони України, що є основними виробниками сировинної продукції для олієжирового підкомплексу, маючи значний транспортний потенціал, повинні мати відповідну високорозвинену транспортно-логістичну систему. Практика показує, що від того, наскільки розвинена транспортна інфраструктура, напряму залежить конкурентно-спроможність не тільки регіону, але й країни в цілому. Однак, маючи значний транспортно-транзитний потенціал, Україна нині не може влитися в світову транспортно-логістичну систему через значний розрив в розвитку інфраструктури. Однією з головних завад на шляху реалізації інноваційного потенціалу та приходу зарубіжних компаній на ринок є низька якість сервісу, транспортного обслуговування, екологічна безпека.

Проведене дослідження щодо екологічної ситуації в галузі, незважаючи на виявлений, але недостатньо високий рівень якості науково-випробувального та інтелектуального капіталу, дозволяє відзначити низький рівень технологічного обслуговування, незадовільний стан соціальної інфраструктури і недостатнє використання потенціалу інвестиційної привабливості.

Про стримувальні чинники загальної інвестиційної активності підприємств олієжирового підкомплексу вже давно ведуться різні дискусії, обговорюється вплив неповної розвиненості інструментів впливу, дефіциту оборотних активів, відсутності цікавих проектів для спільної реалізації з іноземними інвесторами. Негативний вплив на ефективність взаємодії бізнес-структур має недостатньо ефективна система управління активами і ресурсами. Ця проблема носить не тільки теоретичний, а й практичний характер мезоекономічного рівня, торкаючись якості системи менеджменту, процесу визначення індивідуальних акцентів управлінського обліку та параметрів загального ведення бізнесу. Подібні вузькі місця в процесах регулювання неминуче стосуються компаній різного масштабу. Від успішного вирішення таких проблем залежить процес подальшого формування клімату бізнес-середовища й можливість освоєння майбутніх інвестиційних потоків з більшою фінансово-економічною та соціальною ефективністю для реалізації цілей інфраструктурного забезпечення економічного зростання галузевого розвитку.

Зважаючи на визначені умови, потреба якісних змін в рівні інфраструктурного забезпечення виражається в збільшенні кількості, логістичних фірм страхових і лізингових компаній. Це говорить про те, що олієжировий підкомплекс України має значний резерв, використання і розвиток якого в умовах інноваційних перетворень базуються на стійких традиціях щодо виробництва продукції, яке підтримується спеціалістами.

Формування соціальної інфраструктури за рахунок потенційних точок розвитку дозволить реалізувати модель інфраструктурного розвитку

олієжирового підкомплексу на основі державно-приватного партнерства із залученням коштів з державного бюджету. Однак щодо можливостей реалізації завдань із забезпечення економічного зростання галузі та досягнення конкретних показників, необхідно визначити завади, на шляху ефективного розвитку. Головна завада – не тільки недосконала законодавча база, а й недостатнє число кваліфікованих менеджерів готових взяти на себе відповідальність за реалізацію довгострокових програм, які потребують чималих капіталовкладень і не забезпечать швидкої оборотності капіталу, результати змін будуть помітні лише через п'ятдесят років послідовної роботи,. Разом з тим тенденції показують інфраструктурні взаємозв'язки, дозволяють зробити висновок, що з переходом до інноваційно-орієнтованої моделі розвитку неминуха зміна структурних пріоритетів по всіх напрямках господарської діяльності.

Сформована соціально-економічна ситуація за роки реформування аграрного сектора, в силу цілого ряду об'єктивних причин, сповільнила вивчення проблем ефективності у національному господарстві, в тому числі і в агропромисловому комплексі. А між тим історично, у міру розвитку суспільства, увага до проблем зростала. Економісти у передреформний період провели великий обсяг дослідницької роботи, спрямованої на те, щоб в умовах виробничих відносин розкрити сутність ефективності виробництва, погодившись з основним законом соціалізму, суть якого зводиться до того, щоб створити всі необхідні передумови для максимального задоволення матеріальних і духовних потреб людини. Цим робилася спроба розкрити сутність ефективності як економічної категорії, яка була б адекватна виробничим відносинам, де закон вартості був заснований планово-розподільчою системою, де до останнього часу мало зважали на питомі витрати й існував лозунг домогтися, справитися, побудувати і т. д. за будь-яку ціну, що практично ставило товаровиробника в такі умови, при яких він був недостатньо зацікавленим в ресурсозбереженні, використанні прогресивних ресурсощадних технологій.

Однак в умовах ринкової економіки методологічні підходи, запропоновані раніше, не можуть бути затребувані, необхідне їх коригування, зважаючи саме на потребу реалізації механізму забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції. Проблема ефективності виробництва в ринковій економіці набуває особливої актуальності: товаровиробник стане займатися діяльністю тільки в разі, якщо вона буде приносити йому прибуток, тобто буде ефективною.

В умовах товарно-грошових відносин метою виробництва, будь-якої підприємницької діяльності в АПК є отримання максимально можливого прибутку, що одночасно виступає і вимірником категорії ефективності виробництва. Звідси випливає, що сутнісний характер критерію ефективності при цивілізованому ринку безпосередньо збігається з метою виробництва, тому між прибутком і критерієм ефективності відсутні істотні суперечності. Прибуток покликаний зіграти велику роль і у вишукуванні резервів для стійкого здійснення розширеного відтворення. Його показник може бути використаний при вимірюванні сформованого рівня ефективності виробництва агропромислових структур, а також їх галузей. Рівень економічної ефективності агропромислового виробництва залежить не тільки від складних погодних умов, від раціонального використання ресурсного потенціалу, але і від результатів комерційної діяльності, вміння встановити контакт зі споживачем і в потрібний, найбільш сприятливий момент вигідно реалізувати продовольчі товари. Єдність і цілісність економічної системи АПК припускає наявність таких показників оцінки ефективності виробництва, які б забезпечували узгодженість зусиль усіх галузей АПК на досягнення кінцевих результатів і найбільшого кінцевого ефекту при економічному витрачанні виробничих витрат і ресурсів.

З методологічних позицій ефективність функціонування АПК в умовах ринкової економіки необхідно розглядати на двох рівнях: макроекономічному та мікроекономічному.

На другому рівні, тобто для оцінки функціонування підприємств АПК, підсумовувачими показниками є загальний обсяг продажів, прибуток і рентабельність виробництва. Поряд із узагальнюювальними показниками на мікроекономічному рівні доцільно використовувати приватні показники з урахуванням специфіки окремих галузей АПК. Так, для олієжирового підкомплексу доцільно використовувати такі показники: питома вага мінеральних і органічних добрив, внесених у ґрунт при висіві насіння, в порівнянні з науково обґрунтованими; коефіцієнт оптимальної концентрації насіння при посіві олійних культур; частка великих підприємств у загальній їх кількості, визначена залежно від обсягів виробництва олієжирової продукції; коефіцієнт, що відображає обсяг виробництва рафінованої олії у загальному складі кінцевої продукції; частка переробки олієнасіння екстракційним способом переробки; коефіцієнт, що характеризує рівень зниження пошкодження насіння; коефіцієнт економії сировинних і матеріальних ресурсів. При цьому визначення вартісних показників дещо коригує економічну ефективність. У зв'язку з цим ефективність зводиться до забезпечення розширеного відтворення, яке безпосередньо в АПК характеризується фінансовими показниками стану товаровиробників і, в першу чергу платоспроможністю і фінансовою діяльністю.[179]

Втім, в умовах глобалізації економіки та посилення конкуренції не виробництво визначає збут, а можливий обсяг продажів є основою розробки виробничої програми, що викликає зміщення акцентів управління в бік посилення зони відповідальності маркетингу (стимулювання продажів, раціоналізації каналів товароруху, дослідження та аналізу ринку, ціноутворення) в цілях створення належних правових, економічних та організаційних умов для виробництва продукції певного обсягу, асортименту, якості та швидкого доведення її до споживача, забезпечення продовольчої безпеки, фінансової стійкості, соціальної та політичної стабільності суб'єктів ринкової взаємодії (рис. 2.11).



Рис. 2.11. Основні завдання виробничо-збутової діяльності в олієжировому підкомплексі

Джерело: складено та узагальнено автором

Основними принципами організації управлінської діяльності в олієжировому підкомплексі АПК, які визнано універсальними як для держави, так і для всіх суб'єктів господарювання ринку олійних, є: 1) орієнтація виробництва на запити споживача, застосування стратегії і тактики активного пристосування до ринкових вимог з одночасним цілеспрямованим впливом на них; 2) системний підхід до вирішення питань, що передбачає розгляд всіх явищ і процесів в їх тісному взаємозв'язку і взаємозалежності; 3) спрямованість на довгостроковий результат, заснована

на наукових прогностичних розробках; 4) націленість на досягнення кінцевого результату і контроль за реалізацією прийнятих рішень.

При цьому функціонування різних типів управлінських структур олієжирового підкомплексу АПК, яке визначається різною спеціалізацією і локальним характером виробництва окремих країн, регіонів, підприємств і способами реалізації прийнятих управлінських рішень базується на загальних прийомах і методах менеджменту.

До суб'єктів управління виробництвом і збутом продукції олієжирового підкомплексу, нами віднесено всіх учасників ринку олійних, які об'єднано в 4 групи: виробники олійних культур – сільськогосподарські підприємства всіх форм власності, селянські (фермерські) господарства, господарства населення; первинні покупці олійних культур – заготівельні, брокерські та дилерські фірми, учасники бартерних угод, переробні підприємства; посередники – державні та приватні торгово-закупівельні структури; кінцеві покупці олієжирової продукції – фізичні особи, організації громадського харчування та торгівлі, підприємства хлібопекарської, кондитерської, консервної, харчової промисловості.

Виробництво і збут олієжирової продукції як об'єкт управління має ряд особливостей соціально-економічного (багатоукладність сільської економіки; зростання масштабів виробництва; ускладнення соціально-економічних зв'язків; посилення інтеграції і кооперування; перехід до інтенсивних форм господарювання; невідповідність між рівнем виробництва і споживання рослинної олії; високий рівень внутрішньої та зовнішньої конкуренції), організаційно-технічного (використання біокліматичного потенціалу, незамінність головних засобів виробництва, територіальну розосередженість і сезонність виробництва) і специфічного (пріоритет олієжирової продукції в продовольчій безпеці та забезпеченості; швидка окупність затрат; конкурентоспроможність на світовому ринку) характеру.

Методи управління виробництвом і збутом олієжирової продукції поділені на адміністративні (законодавче регулювання та регулювання на

основі владних повноважень), організаційні (регламентування, нормування, організаційно-методичне інструктування), що реалізуються через систему стандартів, організацію маркетингу, ліцензування та контрольної-інспекційної діяльності у вигляді нормативних документів, що встановлюють чіткий порядок їх організації, і економічні (бюджетне фінансування у формі субсидій, субвенцій та інвестицій, кредитування, ціноутворення, оподаткування, митно-тарифні заходи, страхування, стимулювання соціальної мотивації праці), та повинні виходити з інтересів товаровиробників, їх економічної свободи.

Управління виробництвом і збутом олієжирової продукції відповідно до методології SWOT- й SMART-аналізу, було представлено автором у вигляді двох основних компонентів – зовнішнього (фактори формування) і внутрішнього (фактори розвитку), що знаходяться під впливом макроекономічних (екзогенних) факторів, які залежать від специфіки внутрішньої організації, активності та підприємницької раціональності в діяльності об'єкта управління; мікроекономічних (ендогенних) факторів, що являють собою ринковий простір. До мікросередовища управління в олієжировому підкомплексі віднесені: споживачі олійних і продуктів їх переробки; постачальники, які забезпечують виробників олієжирової продукції різними видами ресурсів і визначають рівень ритмічності та ефективності виробництва і збуту; конкуренти як внутрішньогалузеві, так і експортери, які активно виходять на зовнішній ринок; посередники - суб'єкти ринку олієжирової продукції, що сприяють її просуванню, збуту і розповсюдження; контактні аудиторії, що проявляють реальний і потенційний інтерес до функціонування підприємств масложирового підкомплексу; державні установи, що здійснюють регуляторний вплив. У макросередовищі до управління олійним господарством віднесений спектр соціально-демографічних, економічних, інституційних, технологічних, природно-географічних, культурно-освітніх та інформаційних факторів.

Дослідження внутрішніх факторів розвитку олієжирового підкомплексу АПК згруповано автором за кількома напрямками: кон'юнктура ринку – попит на олієжирову продукцію та її пропозиція, ціни, баланс ресурсів окремих видів олійних культур та їх використання; організаційна структура управління – склад господарського потенціалу суб'єктів ринку, число постачальників і покупців, торгово-посередницьких і комерційних структур, державних закупівельних структур; конкурентне середовище – частка окремих організаційних структур в обсязі продажів (закупівель) олієжирової продукції, питома вага імпортової продукції; нормативно-правові умови функціонування олієжирового підкомплексу; стан виробничої і ринкової інфраструктури; економічна ефективність виробництва і збуту олієжирової продукції – виробнича собівартість, ціна реалізації, виручка, прибуток, рентабельність, витрати сировини на виробництво одиниці кінцевої продукції, фінансовий стан підприємств олієжирового підкомплексу, систематизація яких дозволяє оцінювати відповідність потенціалу виробництва олійних культур рівню ринкових запитів на продукцію і формувати нові соціально-значимі потреби.

Коригування управлінських впливів, що припускає посилення стимувальних і зниження несприятливого впливу обмежувальних факторів, вимагає наявності необхідної інформації, технічного забезпечення її оперативного збирання обробки та аналізу. Однак виявлення проблем та тенденцій розвитку управління виробництвом і збутом олієжирової продукції свідчить про слабкість методичної основи маркетингових досліджень в олійному господарстві, відсутність у державних органів управління галуззю поєднання і скоординованості взаємопов'язаних стратегічних і тактичних заходів, їх нездатності спрогнозувати ситуацію навіть на короткостроковий період через непрозорість ринку і слабку поінформованість його господарюючих суб'єктів. Іншою найважливішою умовою розвитку олієжирового підкомплексу АПК є об'єднання зусиль на основі кооперації та інтеграції. Але з початком реформування відносин власності відбулися

кардинальні зміни у взаєминах інтегрованих формувань, пов'язані з ослабленням регламентувальної бази управління економічними процесами, порушенням паритету відносин і єдності економічних інтересів технологічно пов'язаних підприємств АПК, які не забезпечують ринкової взаємодії між виробниками олійних і сферою переробки. При цьому встановлено, що існуюча у світовій практиці менеджменту методологія формування стратегій управління розглядається переважно на рівні підприємств, практично не торкаючись просторової проблематики, а вивченням взаємозв'язку, взаємозумовленості та взаємовпливу різнорівневих цільових нормативів в олієжировому підкомплексі АПК та їх поєднаням ніхто системно і комплексно не займається, що вимагає нового наукового осмислення методології формування макро-, мезо- і мікрорівневої стратегій управління виробництвом і збутом продукції в масложировому підкомплексі АПК.

Вихід із ситуації автор вбачає у пошуках альтернативних форм управління виробництвом і збутом олієжирової продукції на основі єдиного методологічного принципу, що припускає цільову комплексну програму розвитку, розширення і посилення функцій управління: дослідних – збирання, обробка, узагальнення та аналіз фактичних даних про кон'юнктуру ринку олійних; інформаційних – участь у створенні та вдосконаленні системи інформаційно-рекламного та економіко-математичного забезпечення управлінської діяльності; організаційних – сприяння в розробці інвестиційних проектів і програм, формуванні нових форм і каналів розподілення олієжирової продукції; науково-методичних і консультаційних – надання послуг зі складенню бізнес-планів, щодо правових, податкових, фінансових питань, з оцінки різного роду ризиків і прибутку, з організації проведення науково-дослідних робіт в галузі менеджменту та маркетингу; з організації та розробки програм і навчально-методичних планів, методичних посібників та інших навчальних матеріалів з менеджменту та маркетингу в олійному господарстві; нормативно-правових – ініціювання на основі дослідження ринку олійних участі в розробці нормативних і правових актів,

що регламентують виробничо-збутову діяльність, стандартів на товарні характеристики олієжирової продукції, нових методів її сертифікації та контролю якості.

2.4 Оцінка кон'юнктурної привабливості олієжирового підкомплексу як основи забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції

Багато вітчизняних науковців і експертів вбачають відродження національного аграрного сектора економіки та розв'язання низки соціально-економічних проблем в житті українського села у стабільному розвитку олієжирового підкомплексу України, адже ця бюджетно-формувальна галузь має надзвичайно великий потенціал для подальшого розвитку. Навіть не зважаючи на негативні наслідки світової фінансово-економічної кризи, підприємства олієжирової галузі не лише стабільно забезпечують попит споживачів на внутрішньому ринку, але й постійно підвищують обсяги виробництва олійних культур і продуктів їх переробки та збільшують географію збуту продукції українських товаровиробників. Разом з тим, повну реалізацію економічних можливостей розвитку вітчизняної олієжирової галузі, зміцнення існуючих та завоювання нових позицій на світовому ринку можна вирішити через розв'язання цілого ряду проблем щодо вдосконалення регуляторної політики держави, раціонального нарощування сировинної бази та покращення інфраструктури переробної сфери, підвищення результативності функціонування підприємств олієжирового підкомплексу.

Харчова та переробна промисловості національної економіки є важливими її секторами у формуванні основ продовольчої безпеки та експортного потенціалу держави. Подальший соціально-орієнтований вектор розвитку ринку України та її вступ до СОТ поставили перед суб'єктами олієжирового комплексу необхідність вирішення нагальних потреб з числа актуальних проблем щодо ефективного функціонування галузі країни.

Олієжирова галузь повинна забезпечувати виробництво високоякісних продуктів харчування не лише для експорту, але й для споживання населенням нашої держави, адже стабільна олієжирова промисловість має важливе значення для соціально-економічного розвитку та життя суспільства, оскільки дозволяє йому забезпечувати науково-технічний розвиток на шляху підвищення кон'юнктурної привабливості, а також конкурентоспроможності виробництва та його продукції.

Світовий ринок олійної продукції нині активно розвивається. Його ріст є результатом не лише зростання харчового попиту на жири рослинного походження та олію, а й зростаючих потреб використання олійної сировини для технічних цілей, особливо це стосується сфери виробництва альтернативного біологічного палива, що нині є досить перспективним напрямом розвитку енергетичної безпеки будь-якої країни світу. Як свідчать дані асоціації «Укроліяпром» протягом останніх п'яти маркетингових років світове виробництво рослинних олій збільшилось на чверть і становило близько 155 млн. т.

Такий стан справ свідчить про кон'юнктурну привабливість олієжирової галузі, а зростаюче виробництво олійних культур потребує розширення посівних площ під ними, збільшення кількості робочих місць, поживає боротьбу на ринку землі, а також виводить альтернативність використання олійних культур на новий рівень розвитку.

Ситуація, що склалась на світовому ринку олійної продукції не лише підтверджує значимість олієжирового комплексу, а й виділяє його як одне з важливих джерел залучення фінансових ресурсів для нарощування обсягів виробництва вітчизняними товаровиробниками олієжирової продукції. Конкурентна боротьба між торговельними компаніями та переробними підприємствами галузі за нові ринки збуту сировини та готової продукції, зобов'язує товаровиробників олієжирового підкомплексу формувати виважену пропозицію на ринку, а підприємства переробної сфери олієжирової продукції підвищувати якісні її параметри. Відповідно,

потребують докорінного технічного переозброєння виробничі потужності підприємств олієжирового підкомплексу. Нині залучені зарубіжні і вітчизняні інвестиції у модернізацію олієжирового підкомплексу, в обсязі понад пів мільярда дол.. США не тільки дали можливість провести технічне переоснащення виробничих потужностей, але й дозволили покращити переробні потужності за останні три роки на 30%.

Діяльність логістики олієжирового підкомплексу зосереджена на таких головних транспортних напрямках: сухопутний експорт, морський експорт переробні комбінати. Експортні морські поставки продукції олієжирової продукції здійснюються через 14 морських торговельних портів, а через станцію Чоп (західний кордон) забезпечується сухопутний напрям експорту. Для експорту олійних культур та продукції їх переробки через сухопутний напрям транспортні витрати складають близько 75–80 грн /т (Вінниця – Чоп), експортні ж операції через морські порти мають найнижчі транспортні витрати в розмірі 50–55 грн/т (Херсон – Порт / Миколаїв – Порт).

Ефективність розвитку олієжирової галузі України визначається в основному таким чинником: структурні зміни шляхів та ринків збуту української соняшникової олії за останнє десятиліття. Коли у 2000-х роках близько 80 % від загального обсягу виробленої олії вивозилося для реалізації на зовнішні ринки, то це остаточно визначило орієнтацію галузі як експортну.

Нині, світовим лідером з експорту соняшникової олії протягом останніх п'яти років залишається Україна, яка за підсумками 2013 р. поставила близько 50 % цієї продукції на світовий ринок. Друге місце в світі за обсягами експортних поставок посідає Росія, якій належить 1/5 світового ринку соняшникової олії. На третьому місці з великим відривом від лідера знаходиться Аргентина, якій належить 16 % світового ринку соняшникової олії (рис. 2.12.).

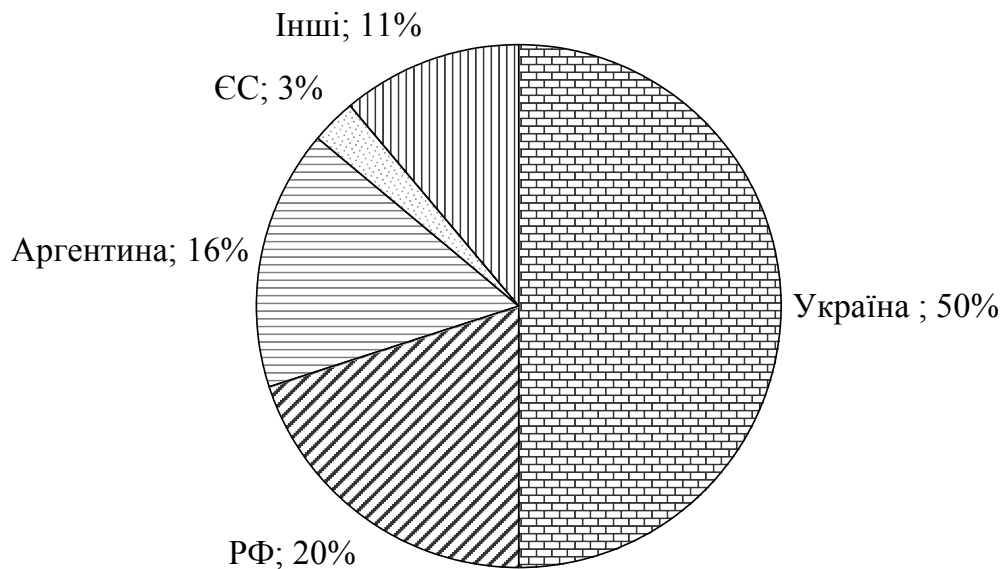


Рис. 2.12. Частка України у світовій торгівлі соняшниковою олією в 2013 р.

Джерело: [213]

Протягом багатьох років щорічний рівень внутрішнього українського споживання соняшникової олії коливається в межах 500–600 тис. т, у зв'язку з цим експорт не тільки залишається основним стабільним каналом збуту олії, а й останнім часом зростає значними темпами. В Україні за п'ять останніх маркетингових років обсяг експорту соняшникової олії виріс більше ніж вдвічі. За минулий 2013 р. обсяг експорту соняшникової олії склав близько 3,2 млн т проти 2,6 млн т у 2011 р. та 1,4 млн т у 2009 р. Ріст експортних поставок складає більше ніж 150 % щороку.

Істотно змінилися за останні 5 сезонів напрями експорту української соняшникової олії. Так, якщо до 2007 р. основна частка поставок (близько 52%) була направлена на країни ЄС, на внутрішні ринки країн СНД

припадало біля 17% й частка поставок у розмірі 10% йшла на ринки Туреччини, 21% припадало на інші країни.

В останній 2013 р. географія експорту соняшникової олії з України охоплювала 63 країни світу. Експортні поставки проводяться не лише в країни Європи та Близького Сходу, вітчизняним товаровиробникам олії вдалось налагодити канали поставок навіть у країни Північної Африки.

Протягом останніх років значна частка експорту олії була спрямована до Індії (32%), Алжиру (7%), Ірану (4%) та Єгипту (1 %), хоча ще кілька років тому на ринки зазначених країн українська соняшникова олія закуповувалась в незначній кількості. Разом з тим, нині до 14 % скоротилася частка експорту до країн ЄС.

Так, на першому місці у списку основних країн-імпортерів української соняшникової олії є Індія – 31% від загального обсягу експорту, або 598 тис.т, далі йде Єгипет – 14%, або 379 тис. т, Нідерланди – 6%, або 170 тис. т, Іспанія – 6%, або 156 тис. т, Алжир – 5%, або 144 тис. т, Іран – 5%, або 133 тис. т, й на остатньому місці Туреччина – 5%, або 125 тис. т. Сумарна частка експорту на ринки цих країн становила– 72% від загального експорту з України .

Принагідно зазначимо, що важливим здобутком вітчизняного олієжирового підкомплексу є поява Китаю у списку основних імпортерів української продукції олієжирової галузі. Протягом 2009/10 МР до Китаю з України було імпортовано лише близько 10 тис. т соняшникової олії. А вже протягом 2012/2013 МР до Китаю було відвантажено соняшникової олії 110 тис. т, при цьому зростання частки експорту до Китаю у загальній структурі експорту склало 4 %.

Також новими ринками збуту для продукції українського олієжирового комплексу стали, крім Китаю, Саудівська Аравія та Алжир, оскільки поставки української олії збільшуються на ринки вказаних країн з кожним сезоном.

На світовому ринку Україна в останні роки займає провідні позиції. Так, за прогнозами асоціації «Укроліяпром» в 2013/14 МР Україна займе перше місце у світі за обсягами виробництва соняшникового насіння (7,2 млн т.) та соняшникової олії (3,1 млн. т.). Крім цього, Україна стабільно продовжує залишатись вже декілька останніх років лідером експорту соняшникової олії в обсязі 3,2 млн т, що становить 5 % від загального світового експорту обсягів соняшникової олії.

Однак слід, відзначити, що серед 17 олійних культур соняшнику належить лише 6,6% в світовій структурі споживання. Так, рапсовій олії належить 9,9 % споживання, соєвій – 26%, пальмовій – 22,4%. При цьому, частка виробленої в Україні олійної продукції, з числа зазначених олійних культур, що відправляється на експорт становить 15,65 % [5, С. 21-23].

Серед світових товарних ринків ринок соняшникової олії є найбільш динамічним у своєму розвитку. Даний ринок для України має стратегічно важливе значення, оскільки в останні роки у Україні є досить потужні позиції в цій сфері.

Незважаючи на певні структурні зрушення на світовому ринку в секторі рослинних жирів та олій, соняшникова олія займає нішу, що відносить її до однієї з найдорожчих видів з числа рослинних олій (в цьому ж сегменті містяться пальмова олія та соєва), однак, саме цій олії належить першість серед споживачів усього світу, завдяки цьому обсяги виробництва соняшникової олії не тільки не зменшуються, навпаки, вони щороку зростають, хоч і не в значних пропорціях. Оскільки соняшник є досить вибагливою рослиною, основні його посіви зосереджено у Південній Америці та на Євразійському континенті.

В Україні за період 2001-2013 рр. обсяги виробництва та експорту соняшникової олії значно зросли (таб. 2.17).

Донедавна з України та Росії не обмежувався вивізним митом експорт насіння соняшнику, тому й експортували його переважно з цих країн. Така ситуація є закономірною, адже країни, в яких розміщуються достатні

потужності для переробки значних обсягів насіння соняшнику, навіть з врахуванням потреб його імпорту, в переважній більшості згідні завозити сировину, завантажуючи тим самим власні переробні потужності, а також забезпечуючи робочі місця для місцевого населення та сплачуючи немалі податки всередині своєї держави.

Таблиця 2.17

Динаміка питомої ваги експорту соняшникової олії в загальному експорті в 2001-2013 рр.

Рік	Загальний український експорт, тис. дол. США	Обсяг експорту соняшникової олії Код УКТ ЗЕД 1512, тис. дол. США	Питома вага %
2001	16264734,3	198775	1,22
2002	17957094,8	285331	1,59
2003	23080187,3	442706	1,92
2004	32672318,2	546596	1,67
2005	34286748,2	546596	1,59
2006	38367704,4	922360	2,40
2007	49248063,6	1521432	3,09
2008	66954429,8	1616803	2,41
2009	39702883,3	1618412	4,08
2010	51430521,6	2370287	4,61
2011	68394195,7	3146077	4,60
2012	68809810,6	3974357	5,77
2013	63312022,1	3281273	5,18

Джерело [211]

. Відповідно, такі товаровиробники не особливо охоче імпортують із зовнішніх ринків вже готову продукцію. Винятком може бути ситуація, коли в основі партнерських відносин лежать міцні довготривалі торговельні зв'язки між підприємствами. Буває й так, що нерідко в основі таких міцних та дружніх торгоівельних зв'язків лежать і політичні мотиви. Зокрема, країни Євросоюзу та Китаю є представниками саме такої політики. Так, наприклад, Китайська Народна Республіка закуповує на зовнішніх ринках

соєві боби, переробні ж підприємства з країн Євросони свого часу досить охоче закупували українське й російське соняшникове насіння, надаючи перевагу якості, перевіреній роками. Після того, як урядами України та Росії було введено експортні мита на насіння соняшнику, значно скоротились його експортні поставки на зовнішні ринки.

Зважаючи на те, що в Україні на світовому ринку соняшnikової олії є прекрасні перспективи до завоювання нових територій збуту, варто відзначити, що за прогнозами міжнародних трейдерів, в країнах ЄС найближчим часом буде зберігатись значний щорічний дефіцит соняшnikової олії на рівні 2,4–2,5 млн.т. Така ситуація є досить сприятливою для підприємств олієжирового підкомплексу, оскільки це дозволить Україні не лише утримувати зайняті позиції на світовому ринку олії, а й сприятиме значним надходженням фінансового характеру у галузь.

На сучасному етапі існування світового ринку олії для України існують значні перспективи щодо поглиблення її інтеграції в світове торговельно-товариство, завдяки тому, що нині в світі відбувається кардинальна зміна на користь збільшення споживання соняшnikової олії серед споживачів попиту у харчовому секторі. Зростанню імпорту соняшnikової олії в країни ЄС, в тому числі й з України сприяє скорочення цінової різниці між ріпаковою та соняшnikовою олією на користь останньої. Крім того, відсутність на сьогодні істотних торговельних бар'єрів з боку Росії та зростаюче споживання соняшnikової олії в цій країні відкриває ще один важливий ринок збуту для українських товаровиробників.

Протягом 2000-х років в олієжировій галузі України відбувався процес злиття і поглинань, що сприяло надходженню великих інвестицій в олієжирову галузь. Як наслідок, між провідними підприємствами цієї галузі відбувся перерозподіл ринкових часток серед нових учасників ринку олійних культур та продукції їх переробки. Навіть наслідки світової фінансової кризи, яка мала місце у 2008 році, істотних проблем та завад на шляху розвитку зазначеної галузі вона не створила.

Аналіз нинішнього стану галузі показує, що швидке зростання попиту на сировину привело до підвищення частки прибутку серед виробників насіння соняшнику, при цьому частка маржі переробних підприємств та виробників олії дещо знизилась. Зворотною негативною стороною такого процесу в Україні в найближчій перспективі може стати скорочення інвестицій в олієжирову галузь країни та пропорційне збільшення інвестицій в аналогічні виробництва інших держав, економічна політика яких спрямована на забезпечення більшого прибутку серед підприємств олієекстракційного виробництва та покращення інвестиційного клімату в галузі.

При цьому в Україні ціни (і маржа) на соняшник, дуже ймовірно, матимуть тенденцію до зниження, як наслідок відбудеться стимулювання до вирощування інших видів зернових та олійних культур як сировини для переробних підприємств (Рис. 2.13)

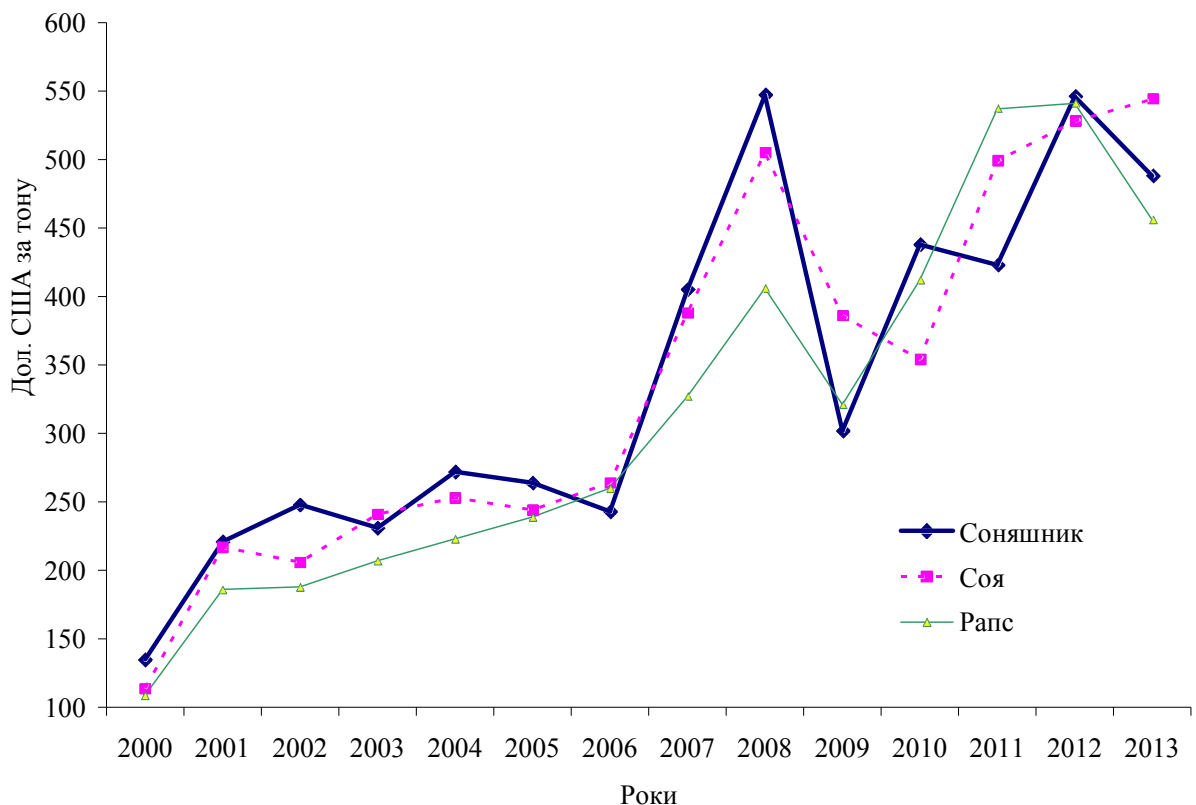


Рис. 2.13. Динаміка цін в Україні на насіння олійних культур
(EXW USD / тона)

Джерело: АПК-інформ [205]

За прогнозами експертів компанії «УкрАгроКонсалт» у перспективі розмір маржі між виробниками насіння соняшнику та виробниками олії буде збалансовано, і вона розподілятиметься більш прозоро.

Слід відзначити, що вітчизняна промисловість олієжирової галузі є однією з найбільш конкурентних у світі: її прибутковість набагато вища, ніж в інших країнах, хоча рівень її прибутковості дещо поступається прибутковості галузі в Росії.

Розвиток зовнішньої торгівлі, зокрема нарощування експорту країни на світовому ринку, збільшення або збереження його питомої ваги у світовій торгівлі є надзвичайно важливим чинником функціонування національної економіки будь-якої держави. При цьому значна увага приділяється державному регулюванню торговельних відносин з іншими країнами світу, зокрема пошуку найбільш перспективних, дієвих шляхів втручання держави в процес розвитку зовнішньої торгівлі, що викликає необхідність розгляду особливостей прогнозування для прийняття обґрунтованих рішень в сфері зовнішньоекономічної діяльності держави [8].

Практично всі науковці використовують ті методи прогнозування які найкраще підходять для їхньої специфіки досліджень. Так, одна група авторів удосконалюють уже існуючі моделі прогнозування, другі розробляють власні, треті досліджують вплив окремих факторів на прогнозні обсяги зовнішньої торгівлі, четверті свої дослідження зосереджують на принципах та засадах прогнозування. Разом з тим всі вони використовують різні методики залежно від напрямку прогнозу, досконалості інформаційної бази, ступеня розвитку економіки країни-експортера та ін.

В той же час сучасні модельні інструменти макроекономічного аналізу і прогнозування мало орієнтовані на комплексний облік системи детермінант зовнішньої торгівлі України конкретними групами товарів, що є домінантами експортно-імпортних операцій [140].

За об'єкта для прогнозування взято основний експортний товар аграрного сектора економіки – соняшникову олію.

Прогнозування зовнішньої торгівлі пов'язане з труднощами, що обумовлені не тільки об'єктивними причинами, зокрема впливом стихійних явищ, які завдають катастрофічної шкоди виробництву. Часом вони також є наслідком непередбачуваних торгово-політичних дій урядів в умовах мінливої ситуації в міжнародних відносинах і різкого загострення протиріч на світовому ринку. Ускладнюють прогнозування експорту і деякі суто методологічні причини, наприклад науково-технічний прогрес, розвиток нових технологій, поглиблення економічної інтеграції між країнами та ін. [140].

Досліджуючи питання прогнозування зовнішньої торгівлі необхідно відмітити, що воно складається з трьох основних частин, які є одночасно послідовними етапами прогнозування. На першому етапі здійснюється вибір методу прогнозування в залежності від мети, цілі та точності прогнозування. На другому етапі відбувається узагальнення початкових даних, які використовуються в прогнозуванні, та розрахунок відповідного прогнозу. На кінцевому третьому етапі проводиться ретроспективний аналіз з метою вивчення надійності моделі, виявляються та аналізуються відхилення, вносяться уточнення в модель.

На сьогодні проблема моделювання обсягів зовнішньої торгівлі України знаходиться в сфері інтересів багатьох вчених-економістів. Так Богомазова В.М. описує зовнішню торгівлю України n видами товарів із m країнами за допомогою такої моделі:

$$Ex_j = f(Y_{pi}, R \times CPI_j / CPI_u, PPI_i), \quad (2.1)$$

де Ex_j – експорт i товару в j -ту країну;

Y_{pi} – середній обсяг виробництва i -го товару;

R – номінальний курс гривні до іноземної валюти ;

CPI_j – індекс споживчих цін у країні-торгоівельному партнері j ;

CPI_u – індекс споживчих цін в Україні;

PPI_i – сума прямих іноземних інвестицій в галузь, що експортує продукцію i -го виду [8].

Як варіант замість середнього обсягу виробництва i -го товару автор пропонує ВВП країни-торговельного партнера В такому випадку функція експорту має вигляд:

$$Ex_j = f(GDP_j, R \times CPI_j / CPI_u, PPI_i), \quad (2.2)$$

GDP_j – ВВП країни-торгівельного партнера j [8].

На нашу думку при моделюванні зовнішньої торгівлі не слід обмежуватись вищезазначеними факторами, хоча вони і є, безперечно, дуже вагомими. Крім них при моделюванні експорту щодо продовольчої продукції необхідно враховувати особливі, притаманні тільки агропромислового виробництві фактори.

Тому основою при здійсненні прогнозування є правильний науково обґрунтований вибір показників. Проведені дослідження свідчать, що основними факторами впливу на обсяг зовнішньої торгівлі соняшниковою олією є:

- посівні площі соняшнику, (PP); – характеризують загальні площі зайняті під соняшником у всіх категоріях господарств, га;
- валовий збір соняшнику, (VZ) – характеризує загальну вагу зібраного соняшнику у вазі після доробки, тис. т;
- ціна реалізації соняшнику в Україні, (PU) – середньорічна ціна реалізації соняшнику на умовах франко--виробник (EXW), без ПДВ, транспортних, експедиційних та накладних витрат, але з урахуванням дотацій, грн/т;
- світова ціна реалізації соняшникової олії, (PW) – середньорічна світова ціна продажу соняшникової олії на умовах ЕС CIF Роттердам дол. США /т;
- обсяг продукції сільського господарства, (PR) – загальний обсяг виробленої продукції за рік, млн грн;
- обсяг переробки насіння соняшнику, (QP); – показник який характеризує загальний обсяг переробленого насіння соняшнику;
- середньорічний курс гривні до 100 євро, (HE);
- середньорічний курс гривні до 100 доларів США, (HD);

За залежну зміну було обрано сумарний обсяг експорту соняшникової олії (код Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності 1512 «Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу:») (Exp_i);

Отже, розроблена модель нами може бути подана у вигляді функціональної залежності:

$$Exp_i = f_i (PP, VZ, PU, PW, PR, QP, HD, HE). \quad (2.3)$$

Дана модель є детермінантною, це означає, що в даній моделі не буде враховано вплив сезонних коливань та вплив інших випадкових факторів.

$$Exp_i = a_0 + a_1 PP + a_2 VZ + a_3 PU + a_4 PW + a_5 PR + a_6 QP + a_7 HE + a_8 HD; \quad (2.4)$$

Таблиця 2.18

Вихідні дані для прогнозування обсягу експорту соняшникової олії в 2001–2013 роках

Рік	Обсяг експорту соняшникової олії Код УКТЗЕД 1512, тис. дол. США У	Посівні площі соняшнику, тис. га. x ₁	Валовий збір соняшнику (після доробки), тис. т x ₂	Ціна реалізації насіння соняшнику в Україні EXW, грн/т x ₃	Світова ціна реалізації соняшникової олії, дол. США /тонна x ₄
1	2	3	4	5	6
2001	198775	2502	2251	783,2	504
2002	285331	2834	3271	843,7	593
2003	442706	4001	4254	856,5	598
2004	546596	3521	3050	1150,6	688
2005	546596	3743	4706	978,2	675
2006	922360	3964	5324	939,1	663
2007	1521432	3604	4174	1899,4	1120
2008	1616803	4306	6526	1367,3	1471
2009	1618412	4232	6364	1897	890
2010	2370287	4572	6772	4150	1126
2011	3146077	4739	8671	4383	1320
2012	3974357	5194	8387	4890	1262
2013	3281273	5051	11051	4130	1097

Продовження таблиці 2.18

Рік	Обсяг продукції сільського господарства млн. грн. x_5	Обсяг переробки насіння сояншнику, тис.т. x_6	Середній курс Грн / 100 Євро x_7	Середній курс Грн / 100 Дол США x_8
1	7	8	9	10
2001	65100	1045	481,36	537,21
2002	64380	1624	503,01	532,66
2003	64473	2774	602,44	533,67
2004	83500	2836	661,94	531,92
2005	92536	3122	638,99	512,47
2006	94300	4121	633,69	505
2007	109850	4029	691,79	505
2008	150845	5542	770,8	526,72
2009	153800	6335	1086,79	779,12
2010	184940	6734	1053,29	793,56
2011	265100	7216	1109,18	796,76
2012	258270	8345	1027,06	799,1
2013	308100	7612	1061,22	799,30

За допомогою програмного продукту *Microsoft Excel* і безпосередньо одного з його сервісів «Аналіз даних» розрахуємо лінійну багатофакторну модель на основі даних таблиці 2.18, яка буде мати вигляд:

$$Exp_i = 352723,9 + (-25,51) \times PP + (-185,58) \times VZ + 209,79 \times PU + 42,75 \times PW + 9,59 \times PR + 476,53 \times QP + (-2774,67) \times HE + 720,63 \times HD. \quad (2.5)$$

Оцінимо надійність нашої моделі

<i>Регрессионная статистика</i>	
Множественный R	0,997061501
R-квадрат	0,994131637
Нормированный R-квадрат	0,98239491
Стандартная ошибка	167641,4586
Наблюдения	13

Показником тісноти зв'язку є коефіцієнт кореляції (в таблиці це «Множественный R»).

Додатне значення коефіцієнта кореляції свідчить про наявність прямого зв'язку, від'ємне про зворотний зв'язок. В нашому випадку спостерігається прямий прямолінійний кореляційний зв'язок.

Величина коефіцієнта в нашому прикладі близька до 1 і складає 0,9970 що свідчить про наявність достатньо тісного зв'язку між досліджуваними показниками.

Абсолютною мірою точності моделі є стандартна помилка, величина якої складає 167641,5. Вона вказує на те, що в даній сукупності розрахункові значення результативної ознаки будуть відхилятися від емпіричних даних в середньому на 167641,5 з розрахунку на 1 ступінь вільності для даної сукупності.

Відносною мірою точності є розрахований коефіцієнт детермінації (квадрат коефіцієнта кореляції), який за даними розрахунку становить 99,4. Виражений у відсотках він свідчить про те, що 99,41% варіації обсягу експорту соняшникової олії залежить від зазначених в моделі факторів. На долю інших чинників, що не увійшли в модель припадає 0,59% варіації результативної ознаки.

Для малих вибірок ($N < 20$) розрахуємо нормований коефіцієнт детермінації, при обчисленні якого враховується кількість спостережень N .

В нашому випадку кількість спостережень мала ($N = 13$), тому розглянемо даний параметр. В нашому випадку його значення складає 0,9823 і воно свідчить: незважаючи на досить малу вибірку, побудована модель є досить точною – 98,23% обсягу експорту соняшникової олії пояснюється зміною розміру факторних показників.

За допомогою середнього коефіцієнта зростання за 2001-2013 рр. розрахуємо факторні показники на 2014-2016 рр.. (таб 2.19).

Якщо перші 6 показників визначені шляхом розрахунків коефіцієнта зростання, то курс долара США взятий згідно прогнозу аналітиків на рівні 12,6 грн / за долар США. Щодо курсу євро, то за прогнозам зробленими аналітиками агенції Bloomberg в 2014 р. середній курс євро до долара США становить 1,34\$. Відповідно середній курс євро для української економіки прогнозується на рівні 1688,0 грн / 100 Євро ($1,34 \times 1260 = 1688,4$).

Таблиця 2.19

Прогнозні факторні показники на 2014 – 2016 рр.

	Показник	Коефіцієнт зростання	Значення на 2014 р.	Значення на 2015 р.	Значення на 2016 р.
X ₁	Посівні площі, тис. га	1,0659	5536,5	5901,355	6290,255
X ₂	Валовий збір соняшнику (у вазі після доробки) тис. т	1,1556	9692,3	11200,42	12943,21
X ₃	Ціна реалізації насіння соняшнику в Україні EXW грн/т	1,163	5687,9	6615,028	7693,277
X ₄	Середня світова ціна реалізації соняшникової олії дол. США /тонна	1,073	1354,5	1453,379	1559,475
X ₅	Обсяг продукції сільського господарства млн грн	1,152	297473,1	342689	394777,7
X ₆	Обсяг переробки соняшникового насіння, тис т	1,198	9995,9	11975,09	14346,16
X ₇	Середній курс, грн / 100 Євро	X	1688,4	1688,4	1688,4
X ₈	Середній курс, грн / 100 Дол США	X	1260,0	1260,0	1260,0

На основі прогнозованих факторних показників розрахуємо загальний обсяг експорту соняшникової олії на 2014 р.

$$Exp_i = 352723,9 + (-25,51) \times 5536,5 + (185,58) \times 9692,3 + 209,79 \times 5687,9 + 42,75 \times 1354,5 + 9,59 \times 297473,1 + 476,53 \times 9995,5 + (-2774,67) \times 1688,4 + 720,63 \times 1260,0 = 3506169,7;$$

на 2015 р.

$$Exp_i = 352723,9 + (-25,51) \times 5901,3 + (185,58) \times 11200,4 + 209,79 \times 6615,1 + 42,75 \times 1453,4 + 9,59 \times 342689 + 476,53 \times 11975 + (-2774,67) \times 1688,4 + 720,63 \times 1260,0 = 3506169,7 = 4791704,2$$

на 2016 р.

$$Exp_i = 352723,9 + (-25,51) \times 6290,2 + (185,58) \times 12943,21 + 209,79 \times 7693,3 +$$

$$+42,75 \times 1559,5 + 9,59 \times 394777,7 + 476,53 \times 14346,2 + (-2774,67) \times 1688,4 + 720,63 \times 1260,0 = 3506169,7 = 6317372,5$$

Отже в 2014 р. обсяг експорту соняшникової олії буде становити 3506169,7 тис. дол. США, що перевищить показник 2013 р. на 6,9 %, щодо базового 2001 року за дванадцять років показник зріс майже в 17,6 рази , в 2015 р. – 4791704,2 тис. дол. США, в 2016 р. – 6317372,5 тис. дол. США

Найбільше впливають на обсяг експорту соняшникової олії має: ціна реалізації та обсяг переробки соняшникового насіння.

Проведемо ретроспективний аналіз для перевірки надійності нашої моделі, тобто перенесемо прогнозну модель на дані фактичних минулих років (табл. 2.20)

Таблиця 2.20

Ретроспективний аналіз обсягів експорту соняшникової олії
у 2001 – 2013 рр.

Рік	Ретроспективний обсяг експорту соняшникової олії Код УКТ ЗЕД 1512 тис.дол. США	Фактичний обсяг експорту соняшникової олії Код УКТ ЗЕД 1512 тис. дол. США	Відхилення	
			(+,-)	%
2001	231413	198775	32637	116,4
2002	255799	285331	-29531	89,6
2003	320249	442706	-122456	72,3
2004	667322	546596	120725	122,1
2005	590299	546596	43703	108,0
2006	963570	922360	41210	104,5
2007	1351401	1521432	-170031	88,8
2008	1711319	1616803	94516	105,8
2009	1540940	1618412	-77471	95,2
2010	2531731	2370287	161443	106,8
2011	3078622	3146077	-67455	97,9
2012	3925597	3974357	-48759	98,8
2013	3302743	3281273	21469	100,7

Отже, як свідчать дані таблиці 2.20, наша модель є достатньо точною і відхилення при ретроспективному аналізі є незначними. Найбільші

відхилення спостерігаються в 2003 та 2004 р., починаючи з 2008 р. фактичні та розрахункові дані майже не відрізняються.

В цілому можна відміти, що олієжировий підкомплекс на даний час має перспективи як з точки зору забезпечення внутрішніх потреб, так і задоволення попиту зовнішнього ринку. Це видно із динаміки світового виробництва та споживання олій і шротів. Так, останні сезони виробництва й споживання олії у світі збільшилося на 10 млн тонн, шроту – на 20 млн тонн. Все це сталося внаслідок переорієнтації у структурі харчування населення економічно розвинених країн із тваринних жирів на рослинні жири та олію, збільшення загальної кількості населення планети й використання олії для технічних потреб.

Основні результати розділу опубліковані в наукових працях автора [90, 91, 92, 93, 102, 103].

Висновки до розділу 2

За результатами досліджень визначено, що олієжировий підкомплекс України є важливим джерелом формування продовольчого ринку, сприяє валютним надходженням в нашу країну та має широкі перспективи для подальшого розвитку.

Стратегічне значення вирощування, переробки, збуту продуктів олійного виробництва в Україні підтверджує перспективність його розвитку та зростаюча частка у світовому експорті продукції (з 34 % у 1990 до 65 % у 2013 р.). Протягом останнього десятиріччя спостерігається стала тенденція розширення посівних площ під олійними культурами (в 4 рази у 2013 р. порівняно з 1990 р.), що зумовлено вигідністю їх вирощування порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами.

Досягнення стійкого розвитку олієжирового комплексу можливе на засадах раціонального регіонального розміщення виробничих та переробних підприємств, а також їх об'єднань з використанням новітніх методів і форм його регулювання та вирішення проблемних питань в частині забезпечення

оперативного реагування підприємств на новинки науково-технічного прогресу та світові кон'юнктурні зміни.

За результатами проведених досліджень визначено, що базисом ефективного розвитку олієжирового підкомплексу є покращення фінансового стану галузі, проведення реструктуризації як систем управління так і підприємств в цілому.

Для реалізації сучасної системи державної підтримки підприємницької діяльності у сфері олієжирового комплексу певного регіону виділено шість основних груп факторів, за допомогою яких необхідно проводити визначення ефективності виробництва та виокремлено групу відповідних показників здійснення такої оцінки. Запропоновані у роботі заходи щодо покращення механізму організаційно-економічного регулювання розміщення й розвитку підприємств олієжирового підкомплексу та структурно-динамічна характеристика олієжирової промисловості дозволяють визначити тенденції по зміцненню позицій не тільки на внутрішньому, але й світовому ринку. Пропонується затвердження загальнонаціональної програми розвитку олієжирової промисловості з метою забезпечення можливості трансформації олієжирового підкомплексу до умов функціонування на внутрішньому й зовнішньому ринках.

Використання сировинних природних ресурсів найбільшою мірою погіршує екологію, тому головне питання має бути зосереджено на вдосконаленні економічного механізму конкурентоспроможності підприємств з урахуванням екологічного чинника. У даному випадку виникає потреба в розробці механізму управління змінами, що визначають тенденції розвитку переробних підприємств олійної галузі й оптимізації їх виробничих можливостей на основі використання інноваційно-інвестиційної стратегії галузевих конкурентних переваг.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЄЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ

3.1 Модернізація методів визначення якісних параметрів продукції олієжирового підкомплексу

У міжнародній та європейській практиці дотримання якісних параметрів продукції відбувається шляхом стандартизації функції управління системою технічного регулювання та розподіляються між регуляторним органом, який є державною установою, до компетенції якої належить розробка або прийняття вимог, норм та правил, і виконавчим регуляторним органом, який є державною установою, що відповідає за належне дотримання цих норм.

В Україні центральні органи виконавчої влади, які, відповідно до зазначених законів, виконують державне регулювання у сферах, визначених цими законами, є одночасно і регуляторними органами, які займаються наглядом щодо виконання державних вимог. Більше того, аналіз законодавства свідчить, що відбувається дублювання контрольних функцій у державних органах, особливо щодо продуктів харчування, закладів торгівлі і громадського харчування, а також санітарних і ветеринарних служб, та їх функцій регулювання стосовно безпечних рівнів хімічних та біологічно активних добавок у продуктах тощо.

Щодо зарубіжного досвіду регуляторного впливу на якісні параметри продукції олієжирового підкомплексу, то у Словаччині на проведення реформи системи технічного регулювання знадобилося трохи більше 8 років: за 1995–2002 рр. тут впроваджено 19 тисяч європейських технічних

норм, у національній нормативній базі 45% становлять міжнародні стандарти, впроваджені шляхом перекладу або за методом «обкладинки».

Ефективна реформа системи технічного регулювання у Латвії базувалася на таких пріоритетних положеннях: гармонізація з європейськими і світовими стандартами (які впроваджувались безпосередньо як латвійські); регламентація тільки суттєвих вимог до безпеки; відміна обов'язковості стандартів і технічних вимог; забезпечення ринкового нагляду на національному рівні; впровадження оцінки відповідності через систему акредитованих недержавних органів.

За 2003-2006 рр. у Польщі було впроваджено 16 382 європейських стандартів, з яких 33 % було перекладено польською мовою, решту введено за методом «обкладинки».

Безпека харчової продукції та продовольчої сировини є однією з вирішальних складових економічної безпеки кожної держави й визначається спроможністю країни ефективно контролювати виробництво й ввезення безпечного та якісного продовольства на загальноновизнаних у світі засадах. Ця сфера діяльності у людському суспільстві має надзвичайно важливі гуманітарний, соціальний, економічний і політичний аспекти.

В Європейському Союзі ефективно діють не тільки загальні нормативні та правові акти, а й обширний перелік специфічних вимог і норм, метою яких є забезпечення безпеки харчових продуктів. Наглядом займаються три державні структури: Міністерство сільського господарства, Міністерство соціальних справ і Міністерство економіки та комунікацій. Крім того, якість та безпечність продукції контролюється [203]

В 2002 р. ЄС ввів в дію Загальний харчовий закон, в якому були визначені загальні принципи і процедури забезпечення безпеки продуктів харчування. В рамках цього закону був створений Єдиний орган з безпеки харчових продуктів. Ця організація розпочала свою діяльність у 2003 р., приділивши увагу питанням оцінки ризику і науковим консультаціям у сфері харчової безпеки.

Динамічно розвивається система сертифікації продуктів якості. У Європейському Союзі діє Постанова ЄС «Про екологічне землеробство і відповідне маркування сільськогосподарської продукції і продуктів харчування», яка передбачає контроль якості на всіх етапах виробництва і переміщення. Маркування товарів знаком СЕ означає його відповідність жорстким вимогам директив відповідності. Товар без цього маркування не допускається на ринок і воно є обов'язковим для всіх суб'єктів діяльності Європейського Союзу.

В цьому аспекті існує певна загроза для ряду країн, до яких відноситься і Україна. Адже продукція, яка не відповідає вимогам ЄС може реалізовуватися у нас.

Оскільки система контролю якості та безпеки продуктів харчування потребує значних коштів і затрат, то й природно, що в розвинутих країнах вона набагато досконаліша і жорсткіша. А це, в свою чергу, означає, що перелік граничних норм і концентрацій різних препаратів набагато досконаліший. Саме це забезпечує значно більшу тривалість життя та менший рівень різних захворювань у розвинутих країнах.

За останні роки більшість країн ЄС створили Національні управління з безпеки харчових продуктів для того, щоб досягти більш високих стандартів безпеки харчових продуктів і забезпечити їх ефективний контроль. Функції і задачі даних організацій можуть бути різними в різних країнах-членах. В деяких країнах їх мандат лімітований проведенням оцінки ризиків і наданням наукових консультацій уряду, в інших до їх мандату входить оповіщення про ризики і забезпечення виконання нормативних положень, які регулюють контроль харчових продуктів. Системи національного контролю на території ЄС відрізняються в різних країнах. Різниця варіюється від повністю децентралізованої системи (Нідерланди, Данія, Бельгія) до децентралізованих систем, в рамках яких компетентні органи працюють на основі регіональних (Іспанія, Німеччина) або місцевих систем (Великобританія, Ірландія) систем.

Так, наприклад, в Естонії єдиним державним органом, відповідальним за безпеку харчової продукції є Ветеринарно-продовольчий департамент, який підпорядковується Аграрному міністерству. Основними функціональними обов'язками департаменту є контроль за виконанням законодавства в сфері ветеринарної медицини, харчової безпеки, ринкового регулювання та ін.

В Швеції таким органом виступає Шведська національна продовольча адміністрація, яка є центральним органом державної влади в сфері харчової промисловості.

Основними завданнями цього органу є захист прав споживачів щодо якості та безпечності харчових продуктів, контроль за торгівлею продуктами харчування та ін.

В той же час в Німеччині існує декілька органів в сфері контролю за харчовими продуктами, а саме: Федеральне міністерство захисту прав споживачів, продовольства та сільського господарства Німеччини та Федеральний інститут оцінки ризиків.

Функціональні обов'язки міністерства закріплені за окремими департаментами, що контролюють харчові продукти та промислові товари; продукти з захисту рослин, ветеринарну медицину, генетичну інженерію. Щодо Федерального інституту оцінки ризиків, то він є науковим закладом, який готує експертні звіти щодо безпеки харчових продуктів, захисту здоров'я споживачів на основі міжнародних наукових критеріїв оцінки.

В Польщі зараз проводиться реформа структури та організації офіційного контролю, а також законодавча реформа. Для того, щоб польська регламентація збіглася з регламентацією ЄС, прийнятий новий Закон про харчові продукти. Проводяться додаткові реформи систем моніторингу і нагляду з метою офіційного контролю за харчовими продуктами. Польща має намір створити єдиний орган управління стандартами з харчових продуктів, який є схожим на Управління харчовими

стандартами у Великобританії. Ця об'єднана система контролю за харчовими продуктами буде підпорядковуватися Міністерству охорони здоров'я.

В США головну функцію виконує Food and Drug Administration (FDA), яка здійснює функції контролю, акредитацію незалежних експертних лабораторій і є незалежною від уряду.

Крім того, якість і безпечність продукції контролюється самими виробниками та забезпечується підприємствами, які впроваджують системи якості, такі як ISO, HACCP та стандарти доброї виробничої практики. Заохочення впровадження таких систем якості, які повністю регламентують виробничий процес, є більш дієвим заходом забезпечення якості продукції протягом її виробництва (етапи: сировина, виробництво, пакування), ніж сертифікація вже готової продукції, яка, як зазначалося вище, на практиці не виправдовує своєї ефективності.

Що ж до обов'язкової сертифікації харчових продуктів, то в розвинутих країнах-членах СОТ, в тому числі і в країнах ЄС, не існує інституту обов'язкової сертифікації такої продукції. Крім того, ветовання Президентом України Закону «Про внесення змін до деяких законів України (щодо забезпечення якості імпортової сільськогосподарської продукції)», яким пропонувалося відновити обов'язкову сертифікацію імпорту харчових продуктів, стало свідченням формування єдиної державної позиції з цього питання.

Враховуючи аналіз організації контролю в Україні, на кожному етапі якої бракує системності та узгодженості, та досвід європейських країн, пропонуємо нищенаведені альтернативні шляхи створення ефективної системи контролю за харчовою продукцією.

Перший варіант

Система декількох відомств: розподіл повноважень

Беручи до уваги той факт, що наразі в Україні діє саме система декількох відомств в сфері контролю та нагляду за харчовою продукцією, першим кроком з удосконалення системи має стати розробка національної

стратегії забезпечення продовольчої безпеки країни. В рамках цієї стратегії необхідно чітко визначити функції та задачі різних відомств, адже чинний Закон «Про безпечність та якість харчових продуктів» все ж таки дає приводи для суперечок між окремими органами. Отже пропозицією є чітке регламентування та розподіл повноважень у сфері контролю за якістю харчових продуктів. При цьому важливо визначити, який з аспектів контролю безпеки продуктів харчування супроводжується кожним з відомств, враховуючи при цьому необхідність контролю за всіма ланками виробництва та реалізації харчової продукції задля гарантування повної безпечності продукту.

Згідно з рис. 3.1 об'єкти контролю максимально розподілені між органами контролю. При цьому контрольні повноваження Фітосанітарної служби регламентуються не за об'єктом, а за видом та методами контролю задля повноцінного гарантування безпечності продукції.

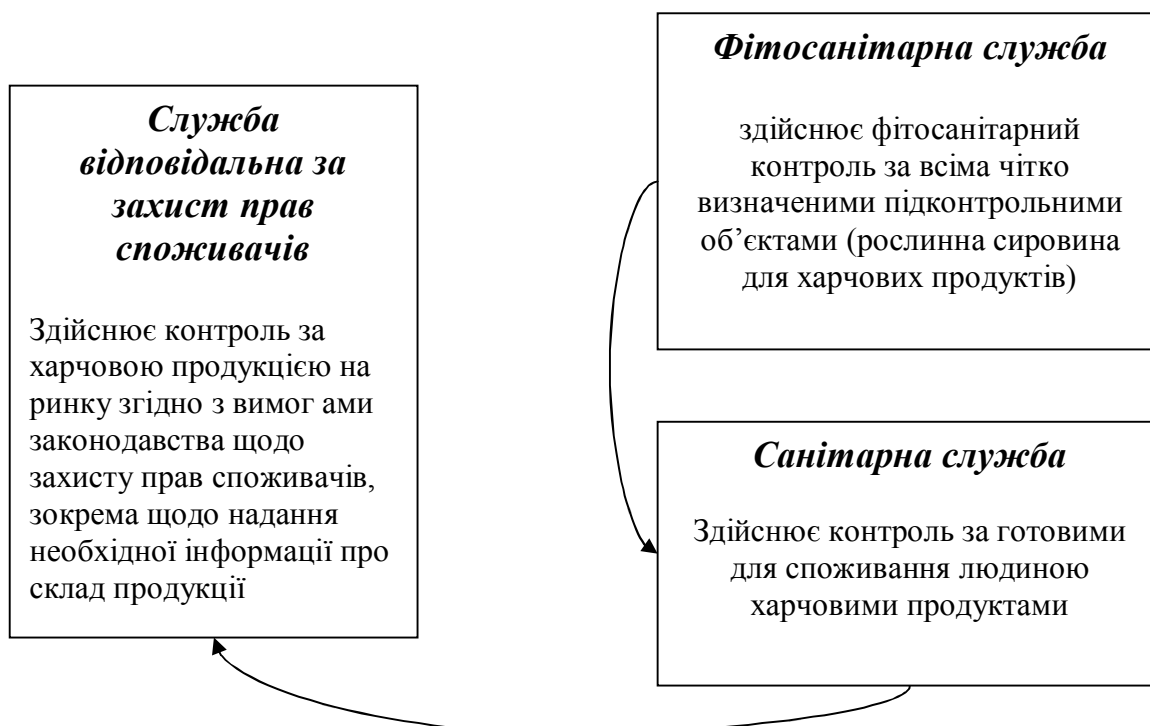


Рис. 3.1. Розподіл повноважень щодо організації контролю в межах системи декількох відомств

Джерело: розроблено автором

Наступним кроком на шляху вдосконалення такої системи має стати ефективна внутрішньовідомча та міжвідомча координація. Забезпечення цього є вкрай важливим за умов системи багатьох відомств, оскільки система розподіленого контролю має певні ризики щодо неузгодженості дій по забезпеченню належного рівня захисту споживачів.

Тим не менш, навіть за умов максимального розподілу повноважень між органами контролю, така система має ряд ризиків, на які слід звернути увагу. Зокрема, за умов такої системи не можлива повністю уникнути перехресного регулювання та контролю, про що свідчить рис.3.1. Крім того, важливо чітко регламентувати взаємодію між органами задля уникнення непорозумінь щодо юрисдикції, та як наслідок неефективності контролю.

Також варто звернути увагу на той факт, що навіть якщо забезпечення безпеки харчових продуктів і є важливою метою діяльності кожної з установ, на всіх них також покладаються й інші важливі обов'язки, виконання яких може відволікати ресурси від реалізації програми продовольчої безпеки. Серед інших обов'язків таких організацій може бути контроль фармацевтичної продукції, контроль за здоров'ям тварин, захист споживачів від шахрайства та інше.

Другий варіант

Комплексна система

Враховуючи специфіку України, на нашу думку, задля впровадження ідеальної моделі одного відомства, як це широко розповсюджено в країнах ЄС, варто розпочати з компромісного варіанта, а саме: з впровадження комплексної системи контролю харчових продуктів. Модель комплексної системи контролю якості продукції наведена на рис.3.2. Така система забезпечуватиме повний контроль за продукцією «з лану до столу» без об'єднання всіх вже існуючих відомств і може складатися з декількох рівнів функціонування:

- рівень 1: формування політики, розробка стандартів та нормативних положень;

- рівень 2: координування діяльності з контролю продуктів харчування, моніторинг;
- рівень 3: інспектування, перевірка та забезпечення відповідності;
- рівень 4: зв'язок зі споживачами.

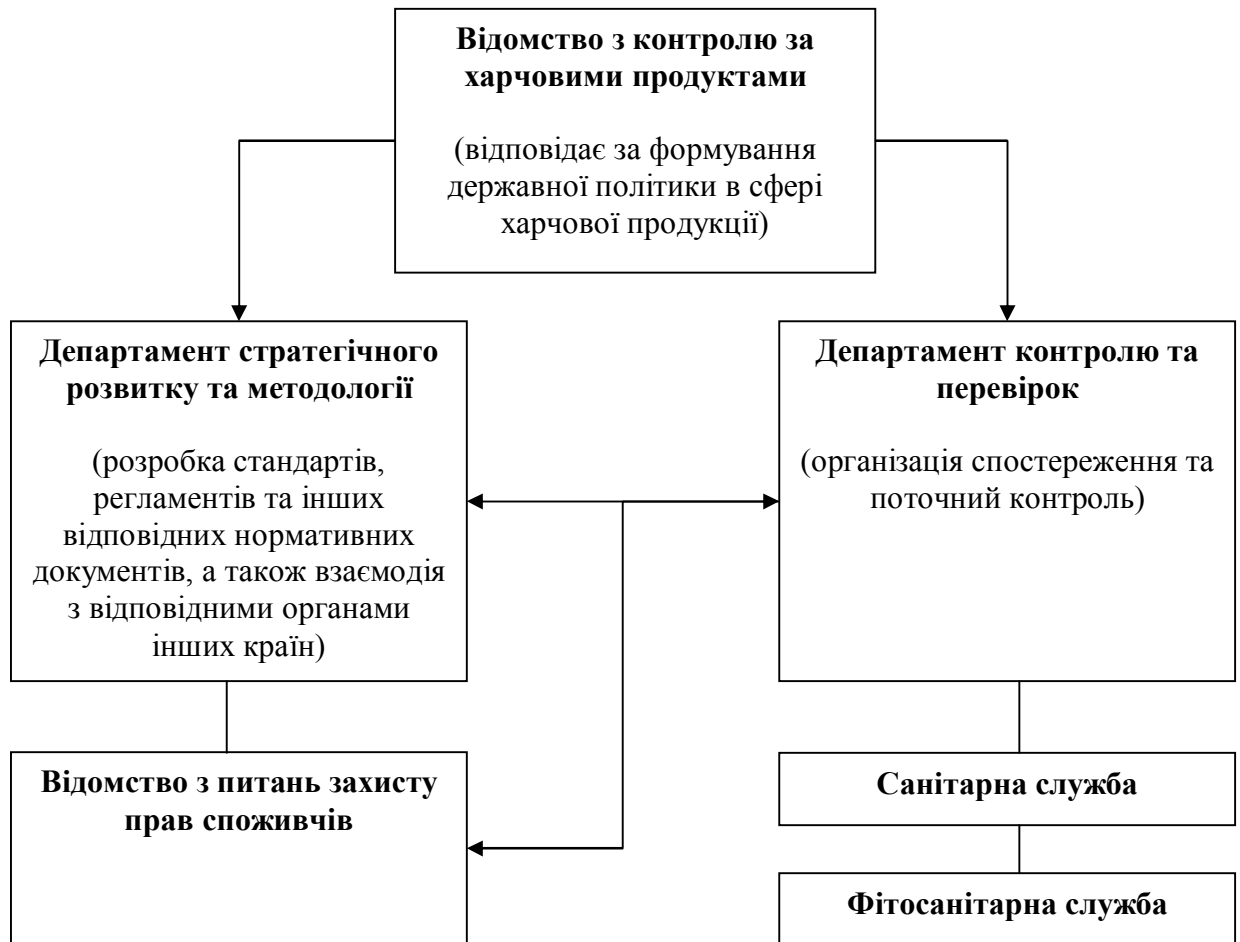


Рис. 3.2. Модель комплексної системи контролю якості продукції

Джерело: розроблено автором

При цьому така модель може передбачати створення автономного відомства з контролю за харчовими продуктами, відповідального за реалізацію діяльності на перших двох рівнях, а саме: формування законодавчої бази та стратегії забезпечення продовольчої безпеки країни і координація контролю за харчовими продуктами. При цьому на рівні

інспектування повинна бути чітка розмежованість між відомствами, як це передбачено в першому варіанті.

За умов такої системи, з одного боку, забезпечуватиметься принцип єдиного вікна при проведенні перевірок та певна незалежність служб контролю від органу розробки стандартів та законодавчих вимог до харчової продукції. А з іншого боку, що найголовніше, буде єдине відомство, яке відповідатиме за продовольчу безпеку в країні на рівні уряду.

Роль відомства, яке відповідатиме за перші два рівні контролю за харчовими продуктами полягає у встановленні національних цілей в галузі контролю за харчовою продукцією та у здійсненні стратегічної й оперативної діяльності задля досягнення поставлених цілей. Іншими його функціями можуть бути:

- організація проведення оцінки ризиків в галузі продовольчої безпеки України;
- перегляд та оновлення національної стратегії контролю за харчовою продукцією;
- надання консультацій та пропозицій іншим органам влади щодо визначення політики пріоритетів та використання ресурсів;
- підтримка науково-дослідних робіт тощо.

Відомства, які відповідатимуть за 3 рівень, а саме: проведення перевірок та інспектування, проводитимуть відповідні випробування продукції, але між ними необхідно чітко розмежувати повноваження за принципом, запропонованим в першому варіанті, аби уникнути проблем існуючої системи. При цьому цими відомствами можуть виконуватися й інші покладені на них функції, наприклад інспектування та перевірки медичного обладнання або промислових товарів тваринного походження, але їхні контрольні функції в сфері забезпечення продовольчої безпеки координуються відомством по контролю за харчовою продукцією.

Те ж саме стосується і 4-го рівня, а саме: взаємодії зі споживачами. Відповідним відомством захищатимуться права споживачів не лише в сфері

харчової продукції, а координація його роботи в цій сфері проводитиметься органом по контролю за харчовими продуктами.

Переваги такої системи полягають в тому, що вона:

- є найбільш прийнятною для умов України, оскільки не порушує встановлені сфери функціонування інших установ з проведення перевірок та забезпечення відповідності;
- забезпечує узгодженість в національній системі контролю за продуктами харчування з скоординованим застосуванням заходів контролю впродовж всього ланцюга виробництва та реалізації харчової продукції;
- адаптована до міжнародних аспектів контролю за продуктами харчування, зокрема, щодо реалізації Угод СОТ про технічні бар'єри в торгівлі та про застосування санітарних і фітосанітарних заходів;
- передбачає прозорість процесів прийняття рішень та підконтрольність процесів їх реалізації;
- є рентабельною, через ефективне використання ресурсів та запобігання перехресному контролю.

Але варто зауважити і щодо можливих ризиків окресленої вище моделі, враховуючи реалії України. Так, зокрема, кожна зі служб, сьогодні в Україні підпорядкована окремому міністерству. Отже, підзвітність служб з питань харчової продукції як Міністерству, так і Департаменту контролю і перевірок єдиного відомства з харчових продуктів, як це зображено на рис. 3.2, може привести знову ж таки до неузгодженості системи.

Третій варіант

Система одного відомства

Об'єднання всіх функцій забезпечення безпеки продуктів харчування в одному відомстві, яке б відповідало за продовольчу безпеку з чітко окресленим колом повноважень, має значні переваги:

- гармонізація стандартів на харчові продукти і скоординовані заходи контролю на всьому ланцюгу від виробництва до реалізації продукту;

- можливість прийняття термінових і послідовних рішень та вжиття заходів задля ефективного захисту споживачів;
- підвищення рентабельності та більш ефективне використання бюджетних ресурсів та експертних знань;
- надання більш оптимальних та ефективних послуг, що позитивно відобразиться на промисловості та розвитку торгівлі.

Яскравий приклад створення такого єдиного органу контролю за харчовими продуктами наведено нижче. Організаційна структура такого органу зображена на рис. 3.3, яка побудована за принципом структуризації подібних агенцій в Європейських країнах.

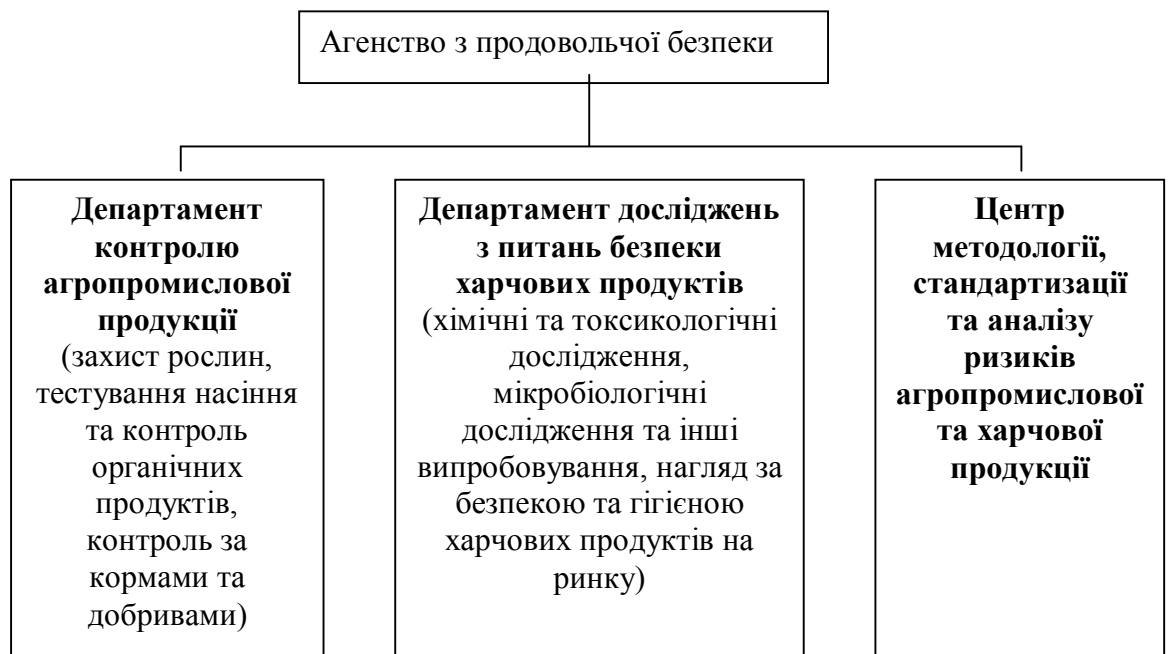


Рис. 3.3. Модель системи контролю якості продукції «одного відомства»

Джерело: розроблено автором

Таким органом може стати окремий державний орган виконавчої влади, який би мав декілька підрозділів щодо контролю всього харчового ланцюга від виробництва до реалізації харчової продукції «з лану до столу». Такий орган, перш за все, має стати органом регулювання ризиків. При цьому

важливо також враховувати, певні ризики такої системи, зокрема, об'єднання функцій оцінки та регулювання ризиків в одному органі. За умов окресленої схеми необхідно забезпечити розмежування цих функцій як абсолютно окремих процедур за повноваженнями та відповідальністю.

В Україні вже робилися спроби створення єдиного органу контролю за харчовими продуктами, зокрема, Постановою Кабінету Міністрів України № 1380 від 4 жовтня 2006 року передбачалося створення Державного департаменту харчової промисловості та продовольчого ринку в рамках Міністерства аграрної політики з метою вдосконалення структури управління харчовою промисловістю. На жаль, і до сьогодні не затверджено положення про цей департамент, а отже не визначені його основні функції. Тому дати оцінку цій спробі досить важко[77].

Отже, відповідальність за безпеку харчової продукції розподіляється між державою та суб'єктами господарювання, саме тому поєднання запровадження таких систем якості виробництва таких як ISO, HACCP, GMP та побудова ефективної системи державного контролю харчових продуктів є запорукою продовольчої безпеки всієї країни.

Дослідивши існуючу систему організації контролю за харчовими продуктами в Україні, можна зробити висновки, що кожному шаблю цієї системи бракує узгодженості, починаючи з законодавства і закінчуючи лабораторними дослідженнями. Це, по-перше, призводить до перехресного контролю харчових продуктів, а отже до додаткових витрат часу і коштів суб'єктів підприємницької діяльності; по-друге, така нерегульованість спричиняє корупцію; і, по-третє, що є найголовнішим, не забезпечує ефективного і повноцінного контролю. В свою чергу, така ситуація наражає на небезпеку самих споживачів. Окрім того, що продукція дорожчає, адже свої витрати підприємець закладає в кінцеву ціну продукту, споживач не є стовідсотково захищеним від недоброякісної та небезпечної продукції.

Побудова ефективної системи державного контролю продуктів харчування має важливе економічне значення як для розвитку

підприємництва, так і для захисту здоров'я споживачів і торкатиметься всіх елементів такої системи, а саме: харчового законодавства, управління контролем продуктів харчування, лабораторій, взаємодії з споживачами, підготовки кадрів та ін.

Національна система контролю продуктів харчування в Україні може мати декілька відомств, одне відомство або вона може бути побудована на основі комплексного підходу. Найбільш прийнятна модель для запровадження має визначатися, виходячи з культурних, економічних та політичних умов країни.

Кожен з запропонованих альтернативних варіантів вирішення окреслених проблем має право на увагу, враховуючи можливі ризики та переваги. Але на нашу думку, Україна має йти шляхом створення системи, побудованої на одному відомстві, як це розповсюджено в країнах ЄС. В центрі уваги за такої організаційної структури має бути постійне спостереження, чітке регламентування та розподіл повноважень за якістю та безпекою харчової продукції.

Створення ефективної системи контролю повинно базуватися на сертифікації виробника в першу чергу, а вже потім, на контролі якості продукції, яку він виробляє. Така практика розвинених країн. Сертифікації піддаються ґрунти, де вирощується сировина, власне сировина, обладнання, технологічне обладнання, кадри, транспортування, торговельна мережа та багато інших аспектів діяльності підприємства. Отже, діє ефективний контроль на всьому ланцюжку від виробництва до реалізації. Слід відмітити, що в деяких країнах ЄС, наприклад, у Великобританії, підприємство не має права брати участь у державному замовленні, якщо воно не сертифіковане, а до сертифікації у більшості країн Європейського Союзу долучаються вітчизняні організації.

Практика державного замовлення може послужити ефективним прийомом підвищення якості продукції в Україні та збільшить

конкурентоспроможність українських продовольчих товарів на світовому ринку.

Проблеми ідентифікації та фальсифікації харчових продуктів вперше гостро постала під час Великої промислової революції в Європі, коли, у зв'язку з значною концентрацією робітників на промислових підприємствах Західної Європи, навмисно підроблялись харчові продукти. Реакцією на це стало проведення інтенсивних досліджень, особливо у Німеччині, направлених на викриття фальсифікації харчових продуктів.

В середині ХХ ст. А. В. Рейслером і А. І. Штенбергом було опубліковано першу книгу з експертизи харчових продуктів, у якій обґрунтовано методику та основні етапи проведення харчової експертизи, правила виїмки проб харчових продуктів, проведення лабораторних досліджень та оформлення акта експертизи з висновками (рис.3. 4).

В наш час проблема харчової експертизи знаходиться в центрі уваги міжнародних організацій: ВООЗ, ФАО, ЮНЕП, ISO та ін.

Сучасні методи досліджень дозволили встановити такі дози забруднення продуктів харчування, про які раніше не підозрювали навіть науковці, що дозволило зробити висновок про те, що абсолютно безпечних продуктів не існує, оскільки практично не існує жодного їхнього компонента, який не був би безпечним для тієї чи іншої категорії населення. В свою чергу це дозволило перепроверити рівні ризику і встановити інші допустимі концентрації забруднюючих речовин.

Закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» №44 (371) від 5 листопада 2002 року регулює відносини між органами виконавчої влади, виробниками, продавцями (постачальниками) і споживачами під час розробки, виробництва, ввезення харчових продуктів на митну територію України, їх закупівлю, використання, споживання та утилізацію. Згідно із Законом, основними засадами державної політики є:

- пріоритетність збереження і зміцнення здоров'я людини та визнання її прав на належну якість і безпеку харчових продуктів і харчової сировини;

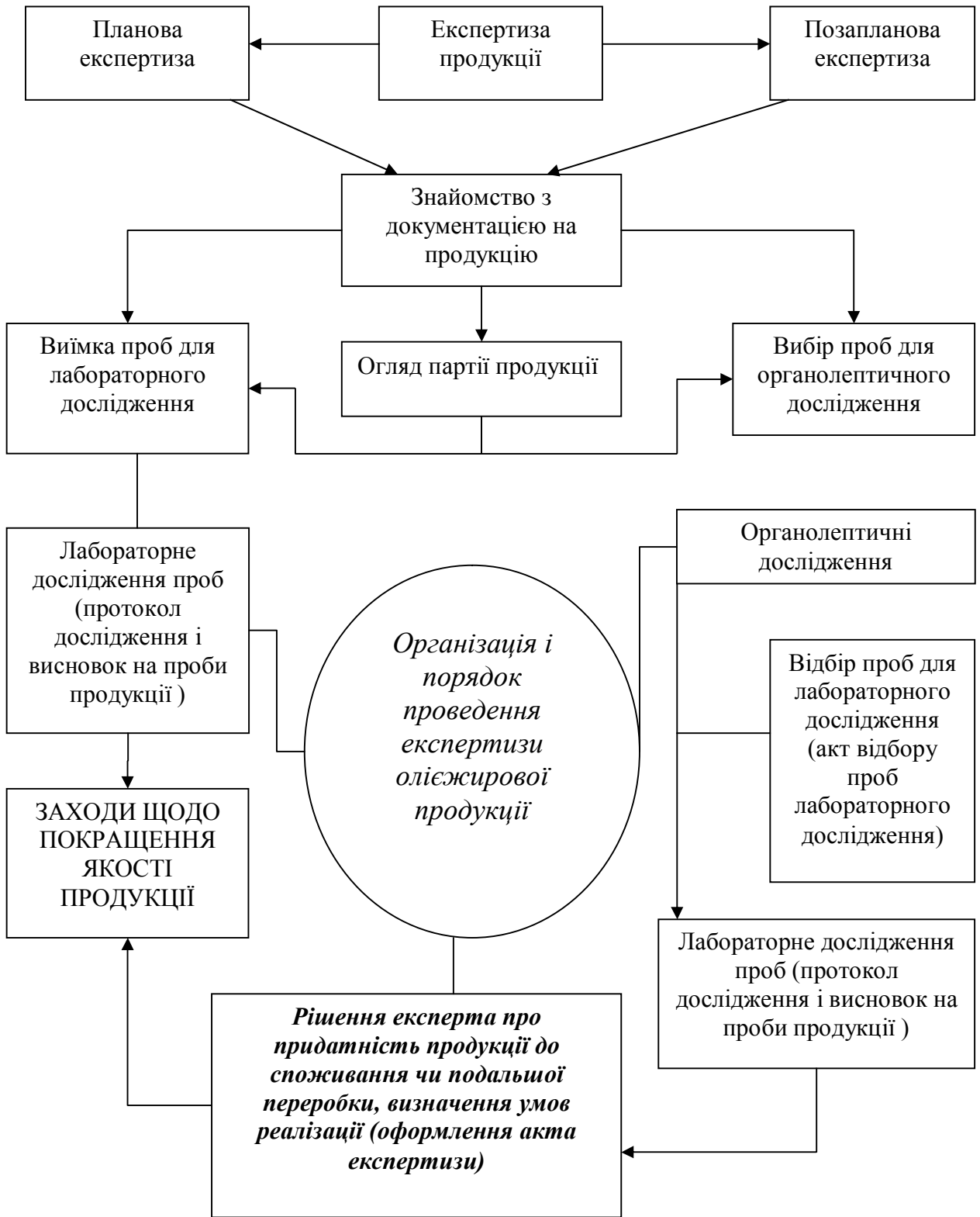


Рис. 3.4. Організаційний механізм проведення експертизи олієжирової продукції

Джерело: узагальнено автором

- створення гарантій безпеки для здоров'я людини під час виготовлення, транспортування, зберігання, реалізації, використання, споживання, утилізації харчових продуктів і продовольчої сировини;

- державний контроль і нагляд за їх виробництвом, переробкою, транспортуванням, зберіганням, реалізацією, використанням, утилізацією або знищенням, які забезпечують збереження навколишнього природного середовища, ввезенням в Україну, а також наданням послуг у сфері громадського харчування;

- стимулювання впровадження нових безпечних науково обґрунтованих технологій виготовлення (обробки, переробки) харчових продуктів, продовольчої сировини і супутніх матеріалів;

- підтримка контролю якості харчових продуктів з боку громадських організацій;

- координація дій органів виконавчої влади в ході розробки і реалізації політики щодо забезпечення належної якості та безпеки харчових продуктів і продовольчої сировини;

- встановлення відповідальності виробників, продавців (постачальників) харчових продуктів, продовольчої сировини і супутніх матеріалів за забезпечення їхньої належної якості та безпеки для здоров'я людини під час виготовлення, транспортування, зберігання та реалізації, а також за реалізацію цієї продукції у разі її невідповідності стандартам, санітарним, ветеринарним та фітосанітарним нормам, та іншими нормативно-правовими актами.

У 70-х роках ХХ ст. під егідою ФАО/ВООЗ створена міжнародна програма розробки стандартів харчових продуктів. Головним її органом є комісія «Кодекс Аліментаріус», до якої входить 117 країн. Крім комісії «Кодекс Аліментаріус», міжнародні стандарти розробляє ЄС а також Міжнародна організація стандартів (180). В Україні питаннями контролю

якості та безпеки харчових продуктів займається Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації (Держстандарт) та Міністерство охорони здоров'я.

За сучасних умов у всьому світі вимоги до якості харчових продуктів стали жорсткішими. Важливо, щоб якість харчових продуктів була ідентична тим вимогам, які закладено в державних стандартах і технічних умовах на їх виробництво. Ідентифікація харчових продуктів – це виявлення відповідності їхніх характеристик, указаних при маркуванні, у супровідних документах чи в інших засобах інформації, висунутим до них вимогам. Як засоби ідентифікації харчових продуктів використовують нормативні, технічні та товарносупровідні документи, а також маркування.

Складність ідентифікації полягає в тому, що в більшості випадків відсутні або не дуже надійні її критерії. Так, майже неможливо встановити ідентичність пшеничного борошна вищого гатунку, виготовленого одним хлібозаводом, але різними змінами та (або) виготовленого з борошна, одержаного від різних постачальників. За кордоном роблять спроби вносити у маркування харчових продуктів певну інформацію про їх належність до конкретної товарної партії. В Україні маркування, яке ідентифікує конкретну товарну партію, використовується лише для продукції консервної промисловості (консерви, пресерви).

За даними Комітету охорони прав споживачів, в Україні близько 80% харчової продукції фальсифіковано за одним або кількома показниками. Найпоширенішою є асортиментна фальсифікація, тобто підробка, яка здійснюється шляхом повної або часткової заміни харчового продукту його замінником іншого виду або найменування з збереженням подібності однієї або кількох його характерних ознак.

Серед асортиментної фальсифікації найпоширенішими є: часткова заміна водою, додавання до харчового продукту низькоякісного замінника і повна заміна натурального продукту імітатором. Замінники, які використовують в разі асортиментної фальсифікації, бувають харчовими –

це дешевші, меншої цінності харчові продукти, але подібні до натуральних за однією або кількома ознаками.

В наш час набула поширення якісна фальсифікація харчових продуктів, тобто їх підроблення за допомогою харчових і нехарчових добавок, які вносять для покращення органолептичних характеристик, або заміна продукту вищого гатунку більш низьким. Поширеними способами якісної фальсифікації є використання добавок, які імітують покращення якості, а також пересортування.

Середній житель Європи щорічно із їжею з'їдає більше як 2,5 кг різних хімічних речовин, які надають харчовим продуктам свіжого вигляду, приємного запаху і продовжують строки їх зберігання. За таких умов особливого значення набуває удосконалення системи нормативів, які забезпечували б здоров'я сучасних людей і наступних поколінь.

Небезпека ГМО полягає в тому, що наслідки їх впливу на навколишнє природне середовище, на людину, її життя і здоров'я досі не досліджені. Український споживач, як і кожен громадянин світу повинен бути попереджений. Якщо там є генетично модифікований організм і цей продукт дешевий, мешканець може його купити. В іншому разі, якщо людина дізналася з телебачення, що ГМО наносить деяку шкоду та вважає, що це негативно позначиться на власному здоров'ї та здоров'ї рідних, вона матиме змогу відмовитися від цього продукту. Наразі лікарі побічних ефектів від споживання генетично модифікованих продуктів не виявили. Втім ефекти можуть проявитися через десятки років. Тому мешканці повинні знати що вони споживають. Між тим Постанова Кабінету Міністрів України № 985 «Питання обігу харчових продуктів, що містять генетично модифіковані організми та/або мікроорганізми» забороняє ввезення, виробництво та реалізацію продуктів дитячого харчування, що містять генетично модифіковані організми, а також передбачає розміщення інформації про якісний склад ГМО, вміст яких перевищує 0,9%.

«Людина є тим, що вона їсть». Для споживача важливо мати певні критерії добору продуктів. По-перше, на упаковці повинна надаватися найповніша інформація про продукт. Цим виказується повага до споживача і бажання виробника відкрити природу продуктів харчування.

Громадськість багатьох країн виявляє серйозне занепокоєння щодо ГМ продуктів як недостатньо вивчених і які становлять ризик і небезпеку для всіх живих організмів.

Альтернативою «новій їжі» є органічна продукція, яка останнім часом впевнено просувається на ринки розвинутих країн і попит на яку постійно зростає. Сучасне органічне виробництво побудоване на поєднанні традиційних, «дідівських» методів і сучасних технологій, що дозволяють вести масштабний виробничий процес.

Однією з проблем України є відсутність процедури сертифікації органічної продукції.[94, С.60]

Підписання угоди з країнами ЄС є безальтернативною передумовою забезпечення подальшого розвитку економічної системи України. Реалізація впровадження актів *acquis communautaire* у законодавство України матиме істотний вплив на всі сфери суспільно-економічного життя в Україні, у зв'язку з чим, посиленої уваги потребує комплекс впливу наслідків.

Негативні наслідки впровадження актів *acquis communautaire* у законодавство України не можуть бути повністю усуненими (наприклад, ліквідація неконкурентоспроможних підприємств), однак відсутність змін може завдати значно більше втрат для економіки, ніж зазнають окремі сектори вітчизняного бізнесу.

Сьогодні в Україні проведено низку комплексних досліджень наслідків реалізації розширеної угоди з вільної торгівлі Україна–ЄС, серед яких слід відзначити проведені Міжнародним центром перспективних досліджень (МЦПД) за фінансової підтримки Шведської агенції з міжнародного розвитку (SIDA) та Ініціативи реформування місцевого самоврядування і державних послуг Інституту відкритого суспільства (LGI/OSI), а також МЦПД спільно з

Центром європейських політичних досліджень (CEPS) та Інститутом світової економіки (IfW). Серед досліджень перспектив розвитку економічних відносин між Україною та ЄС можна також виокремити аналітичний огляд Українського центру економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова та меншою мірою Українсько-європейської бізнес-ради.

Враховуючи комплексність наслідків впровадження актів *acquis communautaire* у законодавство України, важливо класифікувати їх відповідно до основних груп інтересів, базових сфер впливу та терміну здійснення. Групи інтересів не обмежуються тільки економічними агентами а і охоплюють державу, уряд, регіони, бізнес, споживачів, виробників, посередників, наукову спільноту, політичні організації та недержавні громадські організації тощо. Однак основні сфери впливу можна чітко визначити та розглядати в рамках окремих розділів *acquis communautaire*.

На сьогодні система технічного регулювання в Україні залишається одним з основних бар'єрів і на шляху інноваційного розвитку, оскільки робить процедуру розробки і виведення на ринок нового продукту або впровадження нової технології надто складною і дорогою (як з боку фінансових витрат, так і витрат часу). Саме це перешкоджає впровадженню новітніх технологій, використанню сучасних матеріалів та методів і виробництву інноваційних товарів, що обмежує асортимент продукції для споживачів. Так, починаючи з 2000 р., частка підприємств, що розробляють або впроваджують інновації в Україні, неухильно зменшується.

Технічні умови (ТУ) містять вимоги, що регулюють відносини між постачальником або виробником і кінцевим користувачем (споживачем) товарів. Держспоживстандарт встановлює розмір збору, що стягується за державну реєстрацію технічних умов і змін до них.

У ринковій економіці технічні умови для товарів не потребують державної реєстрації – виробники вільні їх змінювати, адаптуючи до ринкових умов.

Вимога, за якою всі нові продукти повинні базуватися на нових стандартах або (за їх відсутності) на нових технічних умовах, не є реальною гарантією безпечності продукції. Натомість, це накладає значний тягар на підприємства, що хотіли б впроваджувати інновації.

Технічні умови є чималим тягарем для підприємств. Загальна вартість процесу реєстрації технічних умов, в т.с. лабораторної експертизи, а також інші офіційні та неофіційні витрати, становила \$2000 на підприємство. Підготовка усіх документів, необхідних для реєстрації або зміни технічних умов в органах Держспоживстандарту, на одному підприємстві тривала в середньому місяць. Потім ще один місяць, в середньому, підприємець був змушений чекати (відкладаючи впровадження нового продукту) на отримання технічних умов. Таким чином, підприємству потрібно, в середньому, два місяці, щоб підготувати та отримати необхідні технічні умови.

Процедура технічного регулювання – серед найскладніших регуляторних процедур у країні. До цього також варто додати значні часові витрати на проходження перевірок Держспоживстандарту.

З огляду на складність виконання регуляторних процедур та надмірні повноваження, надані посадовцям через плутанину щодо функцій ДССУ, багато підприємців обрали корупцію як найпростіший спосіб вирішення проблем. Це означає, що чесні підприємці, які проводять свою діяльність за принципами прозорості, наражаються на штрафи, що їх накладає на них існуюча система. Загалом, 72 % респондентів визнали, що так чи інакше застосовували певні неофіційні методи вирішення питань, пов'язаних із технічним регулюванням.

Представники ж Держспоживстандарту стверджують, що скасування обов'язкової сертифікації харчових продуктів призведе до знищення найбільш ефективного механізму захисту вітчизняного ринку від контрафактних імпортованих харчових продуктів та ускладнить визначення їх відповідності встановленим вимогам щодо якості та безпеки. Вже котрий рік

тривають уперті намагання паралізувати або навіть зруйнувати нехай не зовсім досконалу, але чинну систему захисту ринку, яка існує на сьогодні в Україні. Зокрема, пропонується скасувати чинну систему обов'язкової сертифікації, а також відмінити всі стандарти, посилаючись на європейську практику оцінки відповідності за технічними регламентами. Така активність мотивується тим, що чинна система технічного регулювання та споживчої політики нібито гальмує розвиток підприємництва в Україні і суперечить вимогам СОТ та ЄС, створюючи невинуваті технічні бар'єри в торгівлі.

Слід зазначити, що Угодою про технічні бар'єри в торгівлі, яка набула чинності за результатами Уругвайського раунду багатосторонніх торгових переговорів у 1994 р., визнається, що жодній країні не повинно бути заборонено вжиття заходів, необхідних для захисту її важливих інтересів безпеки.

Цим правом користуються країни – члени СОТ, в яких існують переліки продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації. В Європейському Союзі також діють органи з сертифікації харчових продуктів (в тому числі в Англії – 23, в Німеччині – 10, в Іспанії – 10 та ін.). Жорсткий контроль за імпортованими харчовими продуктами на законодавчому рівні встановлений у США, Канаді, Австралії та Японії.

Мотивуючи свою позицію, Держспоживстандарт неодноразово наголошував на тому, що, окрім очевидних ризиків, пов'язаних із руйнуванням системи захисту прав споживачів, з відміною сертифікації харчових продуктів спрощується в односторонньому порядку доступ в Україну продукції країн, з якими укладено Угоди про взаємне визнання робіт із сертифікації на основі взаємовигідних умов для двох країн з урахуванням їх імпортно-експортної спроможності. З відміною сертифікації харчових продуктів вітчизняний товаровиробник змушений буде сертифікувати свою продукцію за кордоном, залишаючи там свої кошти та сприяючи створенню за кордоном додаткових робочих місць, тобто для

експорту власної продукції необхідно буде сертифікувати продукцію окремо в кожній країні СНД.

Таким чином, скасування системи обов'язкової сертифікації харчової продукції не гарантує покращання її якості та споживчих властивостей, а в подальшому не забезпечить відповідність продукції вимогам нормативних документів, чинних в Україні. Без проведення відповідного контролю за харчовою продукцією створяться умови для ввезення контрафактної продукції за демпінговими цінами, в результаті добросовісні товаровиробники не зможуть конкурувати на споживчому ринку з такою продукцією. Внаслідок цього відбудеться гальмування процесів розвитку вітчизняного виробництва, що зіграє негативну роль в процесі становлення української економіки та надовго зробить неконтрольованими шляхи надходження до споживчого ринку України низькосортної, неякісної, фальсифікованої та небезпечної продукції. [148]

Держспоживстандарт визнає, що механізм обов'язкової сертифікації необхідно замінювати іншими схемами оцінки відповідності, що передбачені у директивах ЄС. І такі кроки разом з відповідними органами виконавчої влади вже здійснені. Достатньо сказати, що на цей час прийнято 20 технічних регламентів на певні види продукції, які розроблені на основі відповідних директив ЄС. В цьому році передбачається розроблення 31 технічного регламенту, поетапне впровадження яких і дозволить промисловості застосовувати вимоги директив ЄС, гармонізовані стандарти та модульні схеми оцінки відповідності продукції із застосуванням декларації про відповідність. Але на сьогодні іншого затвердженого механізму захисту ринку від небезпечної, неякісної та фальсифікованої продукції немає, отже відмовитися від нього, нічого не запропонувавши взамін, не можна. І ми переконані, національний бізнес від цього не виграє, оскільки з його відміною ринок безконтрольно накриє вал сумнівної продукції за демпінговими цінами, якість якої ніхто не контролюватиме.

Перехід від обов'язкової сертифікації до європейської (міжнародної) моделі оцінки відповідності має супроводжуватися скоординованою роботою щодо створення на законодавчому, нормативному та інфраструктурному рівні ефективної системи контролю за якістю та безпекою продукції, в тому числі і харчової. Тому ми так наполягаємо на необхідності розробки та впровадження Закону України «Про державний ринковий нагляд», який має враховувати положення директив Євросоюзу про загальну безпеку продукції та щодо юридичної відповідальності за дефектну продукцію.

В Європі діють куди більш жорсткі, ніж наша обов'язкова сертифікація, механізми, просто вони інакше називаються. Це справедливо і щодо добровільності стандартів: серед європейських виробників немає майже жодного, хто б не користувався ними – такі сміливці просто не мають перспектив. І нам потрібно працювати над тим, аби, використовуючи досвід розвинених країн, вдосконалювати власні механізми захисту ринку, розумно користуючись ними як нетарифними важелями підтримки позицій національного виробника в умовах відкритого ринку.

3.2 Формування інноваційних кластерів як інструменту підвищення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України

Формування та діяльність кластерної системи в окремих секторах економіки тривалий час є не тільки предметом, а й об'єктом наукових досліджень як зарубіжних, так і вітчизняних учених. Протягом певного історичного проміжку економіка стабільно розвивалася у багатьох високорозвинених країн надаючи тим самим сприятливі можливості для створення та успішного функціонування такої системи.

Створення нових робочих місць в регіоні; зростання заробтної плати; збільшення обсягів податкових надходжень до бюджету, як на регіональному

так і на загальнодержавному рівні; підвищення рівня конкурентоспроможності промисловості на регіональному рівні – ось неповний перелік дієвих інструментів для соціально-економічного розвитку будь-якої території.

Поряд з цим, можливість економічного зростання, розв'язання наболілих соціальних проблем, підвищення стійкості та конкурентоспроможності економіки та регіональної промисловості повинні бути тісно пов'язані з загальнодержавною політикою щодо підтримки національного виробника.

До проблемних питань, через які вітчизняна продукція є недостатньо конкурентоспроможною як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, належать: недостатні обсяги фінансування наукоємних виробництв; домінування сировинної складової в структурі експорту; застарілі технології та обладнання в обробних галузях промисловості.

Для виходу вітчизняної економіки з негативної ситуації в якій остання опинилась, та з метою формування в подальшому дієвої стратегії розвитку необхідно розробити та впровадити ефективну систему підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, яка стане одним з основних принципів зміцнення та сталого функціонування національної економіки.

Лише за умови поєднання трьох базових інструментів реалізації стратегічного розвитку регіональної території, які нині успішно застосовуються всіма розвинутими країнами, можливе підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки через: реалізацію програм розвитку регіональних та національних кластерів, реалізацію цільових програм, спільну діяльність державного та приватного секторів. Адже Україна вже має позитивний досвід щодо створення інноваційних кластерних моделей на своїх теренах.

Як показує досвід формування та функціонування кластерних моделей на Поліссі, Прикарпатті, Поділлі, в Криму та на інших територіях, партнерські відносини між регіональною владою, виробничим сектором, місцевими освітянськими центрами, діловими колами є комплексним

процесом, який виступає в якості індикатора наявності сприятливого клімату для розвитку регіону.

Тому слід здійснювати заходи, що направлені на стимулювання попиту на продукцію як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках, доцільно залучати більш дешеву робочу силу та підвищувати конкурентоспроможність продукції передусім за рахунок інноваційного фактора, оскільки, діяльність щодо формування організаційних структур кластерного типу має відбуватись за чітко визначеними стратегічними пріоритетами та базуватись на інноваційному підході: через створення та реалізацію функціональних основ єдиної інформаційної мережі для учасників такого об'єднання; реалізацію інвестиційних та інноваційних проектів на засадах НДДКР, що в результаті й уможливить забезпечення конкурентних переваг.

Різні напрями розвитку галузевої інноваційної системи, в свою чергу, об'єднані системою освіти і підготовки кадрів для окремих сфер господарювання, що мають значний потенціал, на рівні вищих навчальних закладів, центрів професійної підготовки та підкріплені такими основними інфраструктурними елементами як науково-дослідні установи, технопарки, бізнес-інкубатори, організації кластерного типу. Зазначені сфери діяльності визначають умови розширення господарських зв'язків з іншими регіонами, а їх діяльність направлена на підтримку конкурентоспроможності підприємств.

Оскільки, основним показником ефективності функціонування кластерів виступає рівень їх конкурентоспроможності, в тому числі й на світовому ринку, можна виокремити такі напрями їх впливу на конкурентоспроможність:

- 1) кластерна організація істотно впливає на рівень продуктивності окремих підприємств і галузей, тобто зростання продуктивності відбувається за рахунок таких організаційно-економічних факторів, як: підвищення рівня спеціалізації; розподілу праці; формування групи більш вимогливих покупців; можливість придбання сучасних технологій; наявності мережі постачальників якісної сировини; висококваліфікованих кадрів; проведення

ефективної рекламно-інформаційної кампанії; надання якісних товарів та послуг споживачам через дієві логістичні мережі; внутрішньосистемне співробітництво учасників кластера; розвиток сучасної інфраструктури та ін;

2) створення додаткових можливостей в напрямку виробничого зростання на інноваційній основі: формування ефективних каналів співробітництва у сфері постачання нових видів ресурсів для інноваційного розвитку; забезпечення раннього прогнозування та визначення світових технологічних тенденцій; створення сприятливого середовища для розвитку комбінованих здатностей адаптаційного механізму у сфері професійно-кваліфікаційного забезпечення; формування сприятливих передумов забезпечення економічної безпеки;

3) розвиток та функціонування кластерів відіграє стимулювальну роль і полегшує умови для створення нового виду бізнесу, який активно підтримуватиме впровадження інновацій сприяючи тим самим розширенню кластера: застосування венчурного капіталу для організацій, які мають тенденцію до розширення та економічного зростання; співпраця між структурними елементами кластера впливає на формування нових властивостей, технологічних здатностей, взаємодоповнювальних навичок та дає змогу для розширення договірної бази в межах системи, що посилює індивідуальну здатність на шляху отримання конкурентних переваг; допомога та підтримка нових учасників кластерного об'єднання; розширення соціальних зв'язків та неформальної взаємодії між учасниками кластера, що сприяє появі нових ідей та розвитку бізнесу в цілому; збільшення обсягів інформаційних потоків всередині кластерної системи [116, С.32].

Отже, інноваційний кластер можна розглядати як певну систему, цілісність підприємств та організацій, що об'єднані з метою виробництва та реалізації інноваційної продукції. Така організація вимагає наявності певного інноваційного ланцюга, що передбачає розвиток від наукової ідеї до її впровадження у виробництво з подальшою реалізацією кінцевого продукту. Власне система створюється на основі вже діючих організацій, підприємств,

фірм шляхом їх реорганізації у структурне новоутворення організаційного характеру. Інноваційний кластер передбачає не лише формування системи певного виду щодо поширення новітніх технологій і нових знань, а й сприяє прискоренню процесу перетворення винаходів в інновації, а інновацій – у переваги конкурентного типу з подальшим розвитком якісно нових зв'язків на основі стійких інтересів між усіма учасниками такого утворення. Виникнення кластерів такого типу є результатом закономірного процесу єдності наукової та виробничої бази усіх структурних елементів [4].

Відтак, до переваг розвитку інноваційних кластерів на регіональному рівні належать:

1) основою функціонування регіональних інноваційних кластерів виступає стійка система зі створення новітніх знань, технологій, нової продукції, що формує так званий технологічний цикл і створює цілісну науково-виробничу систему;

2) однією з вагомих переваг інноваційних кластерів є їхня роль із забезпеченню спеціалізації малих підприємств в розрізі конкретної підприємницької ніші, оскільки за таких умов стає більш доступним капітал для підприємств та підвищується активність щодо обміну знаннями й ідеями між спеціалістами та апаратом управління, що в цілому має визначальний вплив на розвиток малого та середнього підприємництва;

3) належність підприємства до кластера надає йому додаткові переваги через здійснення внутрішньої спеціалізації та стандартизації, а також через мінімізацію витрат при впровадженні інновацій у виробничий процес;

4) наявність у структурі інноваційних кластерів малих підприємств, які сприяють формуванню інноваційних точок зростання економіки регіону, є їх особливістю.

Поява кластерів є проявом системного характеру та напряду залежить від рівня його конкурентоспроможності в національному масштабі, оскільки через систему детермінантів проявляється нерівномірність розподілу конкуренто-спроможних секторів в економіці в цілому та у взаємозалежних

галузях зокрема. Як показує світовий та вітчизняний досвід, кластерна модель демонструє низку переваг серед різномаїття виробничих систем шляхом поєднання під час виробничого процесу кооперації та конкуренції, і в результаті сприяє підвищенню конкурентоспроможності через «гнучку спеціалізацію» структурних елементів кластерного об'єднання.

Дбаючи про співробітництво, «кластерні» підприємства підтримуючи конкуренцію між собою у зниженні виробничих витрат та у поліпшенні якісних параметрів виробленої продукції, сприяють тим самим пошуку кращих постачальників сировини та витратних матеріалів, формуванню більш ефективних каналів реалізації та ін. Таким чином, підвищується конкурентоспроможність не тільки певного підприємства, чи цілого регіону, а й національної економіки в цілому.

Кластерна модель виробництва у світовій практиці набула масштабного поширення забезпечуючи при цьому створення конкурентоспроможної, інвестиційно привабливої економіки, здатної активно залучати та впроваджувати інновації, сприяючи тим самим підвищенню рівня життя населення та якості виробленої продукції для кінцевого споживача. Світовий економічний досвід та класична наука підтверджують те, що формування кластера на основі трьох підприємств-лідерів сприяє прориву у галузі, в якій сформовано кластер. У так званому «виробничому дуєті» галузь постачальника має прямий вплив на конкурентоспроможність галузі виробника, оскільки від постачальників сировини та матеріалів залежать якісні параметри майбутньої продукції. Разом з тим, конкурентоспроможні постачальники формують ринок якісної продукції, стимулюють появу та розвиток суміжних (допоміжних) галузей, які мають потребу у їхній продукції, технологіях і сприяють розвитку нових виробників та їх кооперації [114, С.65].

Галузь економіки, яка є конкурентною на міжнародному ринку, здатна формувати потужні допоміжні галузі, надаючи їх відкритий доступ до висококваліфікованих кадрів, застосовуючи споріднену диверсифікацію

виробництва й сприяючи таким чином створенню нових компаній шляхом реорганізації з материнської компанії з подальшим виокремленням таких підприємств в самостійні суб'єкти господарювання. Таким чином формування кластера для усіх видів виробництва новостворених підприємств є взаємовигідним та підтримується на основі спільних інтересів. Конкурентна боротьба між підприємствами однієї галузі поступово поширюється на учасників інших галузей кластера, прискорюючи тим самим розвиток відповідного сектора економіки. Належність до певного кластера дозволяє його учасникам вільно обмінюватись інформацією, не турбуючись про дотримання комерційної таємниці, а також сприяє активному просуванню нових товарів до споживачів, які контактують з численними конкурентами при виборі потрібного їм зразка товару. Внутрішньокластерні зв'язки сприяють розробці нових каналів конкуренції, створюють нові можливості для підвищення конкурентоспроможності продукції, а людський фактор генерує нові ідеї, створює нові комбінації, сприяючи тим самим розвитку галузі на світовому ринку.

Тобто, кластерне утворення ідентифікується як засіб виходу підприємства з вакуумного простору, що створений як внутрішніми так ізовнішніми факторами і які суттєво нівелюють, або ж блокують прояви конкуренції та здійснюють сприятливий вплив появи нових ніш на ринку. За умови функціонування різногалузевого кластера, суб'єкти господарювання взаємозалежних галузей вкладають кошти у новітні взаємопов'язані технології, розвивають інноваційну інфраструктуру, кадровий потенціал, створюючи таким чином додаткові ресурси, в тому числі інформаційні, що неминуче ведуть до підвищення конкурентоспроможності на ринку. Кластерне об'єднання дозволяє залучати значні обсяги капіталовкладень і формує певну спеціалізацію у реалізації спільних проєктів, в яких беруть участь споріднені підприємства та підприємства-партнери, що в результаті істотно підвищує ефективність таких утворень.

Утворення кластерів на галузевому рівні відображає орієнтацію учасників на розширення ринків збуту, передусім на основі підвищення конкурентоспроможності. Визначення конкурентоспроможності олієжирової продукції на національному рівні значною мірою залежить від рівня розвитку галузевих кластерних утворень, що лежить в основі політики уряду та формування стратегій довгострокового розвитку окремих підприємств. Таким чином, визначником рівня конкурентоспроможності виступає не окреме підприємство чи кластер, а система організації, в тому числі кластерних утворень, ефективність діяльності яких і показує конкурентоспроможність національного господарського комплексу.

Відповідно до економічних, соціальних та екологічних вимог усіх зацікавлених сторін на різних рівнях бізнесу і громади, та за підтримки органів влади кластери створюються на основі використання наявних можливостей підприємств та координації спільних зусиль. В основі формування кластерної моделі лежать історичні обставини, що визначені такими чинниками: незадіяні трудові ресурси; пропозиція спеціалізованих видів матеріальних витрат; змінні й жорсткі вимоги попиту; наявність постачальників та взаємопов'язаних галузей, технологічні розробки, перенасиченість ринку певним видом продукції.

Зважаючи на зовнішні умови можуть змінюватися й форми виникнення кластерів та характер їх розвитку і розміщення виробничої сфери. Що стосується кластерів які спеціалізуються на трудомістких процесах, то вони, як правило зіштовхуються з загрозами, що виникають з боку більш технологічноозброєних організацій. За умови діяльності експорто-орієнтованих кластерних утворень, істотними завадами на шляху їх ефективної діяльності можуть слугувати спади та кризові явища на відповідних ринках, що в результаті може призвести до втрати ними конкурентоспроможності або ж до повного призупинення діяльності. Як ефективний засіб боротьби з економічними або політичними катаклізмами можна визнати застосування підприємцями стратегії диверсифікації

виробництва, тобто освоєння споріднених видів діяльності з метою більш ефективного використання вже створених кадрових та бізнесових напрацювань. Відтак, особливості функціонування кожного, окремо взятого, кластера передусім залежать від географічного місцезрештування, видів і форм зовнішніх та внутрішніх зв'язків, виробничих функцій, специфіки продукції, що виробляється та ін.

Невід'ємною складовою успішної діяльності кластера є система ефективного регулювання та підтримки його діяльності, яка презентована органами державної влади, основною функцією яких, щодо учасників кластера, є постійна підтримка та забезпечення сприятливих макро-економічних умов для роботи такого організаційного утворення. Переваги кластерної організації економіки базуються на підвищенні ефективності використання потенціалу окремих територій та поглибленні співпраці між владою та бізнесом, на розширенні галузевої спрямованості економіки регіонів, зростанні кількості платників податків, отже і обсягів надходжень до бюджетів.

Щодо приватного підприємництва, то суттєвий вплив на географічно розосереджене кластерне утворення чинить система ефективного використання кадрового потенціалу та розвиток інфраструктури на територіальному рівні, що детермінує систему новітніх досліджень та рекомендацій у виробництво та дозволяє суттєво вплинути на рівень виробничих витрат, відтак робить більш ефективною збутову систему. На регіональному рівні кластерна організація є вигідною і з позицій вирішення ряду соціальних проблем, які беруть на себе кластерні утворення в межах регіону. Передусім вони спрямовуються на розвиток регіональної інфраструктури регіону, таким чином забезпечуючи більш високий рівень зайнятості населення. Отже, координація зусиль учасників кластера на різних рівнях сприяє зростанню соціально-економічної ролі територій та секторів економіки. Досягнення економічного результату у функціонуванні кластерного об'єднання щодо підвищення якості продукції, зростання обсягів

виробництва, розширення ринків збуту за рахунок залучення додаткових покупців і продавців можливе шляхом системної взаємодії влади, наукових, освітніх установ, виробників продукції та обслуговувальних організацій. Конкурентні переваги підприємств залежать від активності спільної мережі постачальників та покупців сформованого кластером «ланцюжка зі створення доданої вартості» в процесі їхньої діяльності, що охоплює: розробку проекту, забезпечення матеріально-технічними та фінансовими ресурсами, безпосереднє виготовлення продукції, просування та збут продукції.

Таким чином, утворення кластера є спільною роботою незалежних структур, а не одного власника, які діють в одному напрямі та співпрацюючи, притримуються принципів конкуренції між собою, що в результаті є взаємовигідним. Невеликі за розміром підприємства можуть об'єднуватися навколо спільних постачальників і таким чином зменшувати свої витрати завдяки великим обсягам спільних закупівель, проводити маркетингові дослідження об'єднаними зусиллями. Щодо ринку послуг, то його учасники мають змогу разом пропонувати свої надбання. За умови всебічної підтримки влади, об'єднання підприємств, установ та організацій в кластер уможливорює швидке підвищення конкурентоспроможності його учасників та території в цілому, забезпечить виконання соціально-економічних програм та реалізацію пріоритетів територіального розвитку загалом.

В практиці розділяють переваги кластерів на «м'яку» та «жорстку» групи. Сприятливий інвестиційний клімат, зменшення витрат на закупівлю матеріалів та послуг, створення робочих місць, ефективніші бізнес-транзакції, прибутковість, рівень прибутковості належать до «жорстких» переваг кластерів. Спільну діяльність, направлену на організацію навчання кадрів, бенчмаркінг, поширення новітніх знань серед учасників кластера, удосконалення виробництва спеціалісти відносять до «м'яких» переваг кластерів.

Незважаючи на те, що інколи «м'які» переваги кластеризації не завжди є особливо помітними, такий прихований актив в потрібний момент трансформується в зростаючий рівень прибутків і зниження витрат. Потенційно «м'які» переваги кластерів більшою мірою впливають на результати діяльності кластерного утворення в порівнянні з ефективністю дії «жорстких» переваг. Разом з тим, мають місце випадки, коли аналіз звичайної урбанізації або інфраструктурних перетворень не дозволяє чітко розпізнати ефект кластеризації.

Підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної економіки загалом (підвищення якості товарів, збереження та відтворення екологічної її функції, зростання прибутку) можна досягти також і за рахунок застосування концепції кластера. Формування такого об'єднання може забезпечити світова економічна криза, оскільки її наслідки суттєво змінюють світ, форми взаємодії в інноваційному перетворенні економіки, влади, бізнесу та громадськості, способи залучення нових інвестиційних ресурсів. Спільна діяльність представників бізнесу та влади може бути спрямована на розвиток територіально-галузевих кластерів, добровільних об'єднань взаємодоповнювальних територіальних ресурсів, що в кінцевому результаті може забезпечити зростання конкурентоспроможності не лише бізнесу, а й держави.

Науково-інноваційний потенціал України здатний сформувати технологічне ядро для розвитку кластерної моделі виробництва, реалізації пріоритетних проектів розвитку таких взаємопов'язаних галузей, як АПК і харчової промисловості, сприятиме розвитку партнерства не лише на регіональному, але й на загальнодержавному рівнях. У розроблених проектах стратегій розвитку регіонів та окремих сфер діяльності в національному масштабі поняття «кластер» вже позиціонується як перевага над звичайною діяльністю окремих підприємств, однак законодавство України поки що не надало поняттю «кластер» чіткого визначення.

Одним з важливим кроків для запровадження кластерної моделі розвитку в Україні є розробка проекту Концепції створення кластерів, яка передбачає виділення таких видів:

- підприємства сільського господарства та харчової промисловості можуть функціонувати у виробничих кластерах;
- створення інноваційної продукції та надання послуг інноваційного характеру можливе шляхом діяльності інформаційно-технологічних кластерів;
- на базі туристичних активів регіону та суміжних (допоміжних) підприємств різних сфер формуються туристичні кластери;
- об'єднання зусиль інфраструктурного комплексу та компаній і підприємств, що спеціалізуються на доставці пасажирів і вантажів в комплексі з їх зберіганням та супроводженням, необхідне для функціонування кластерів транспортно-логістичного спрямування.

Відповідно до чинного законодавства України в інноваційній сфері «кластер» підпадає під класифікацію «інноваційне утворення». Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів» від 22.05.1996 р. № 5492 визначає та регулює порядок створення і функціонування таких інноваційних структур.

Відповідно до п. 2 зазначеного документа «інноваційна структура – це юридична особа будь-якої організаційно-правової форми, яка створена відповідно до законодавства (вид А), або група юридичних осіб, яка діє на підставі договору про спільну діяльність без створення юридичної особи і без об'єднання вкладів її учасників (вид Б), з певними сферами діяльності й типом функціонування, орієнтованими на створення та впровадження наукоємної конкурентоспроможної продукції».

Згідно з п. 4 Постанови, ініціатором створення інноваційної структури можуть бути підприємства, установи та організації незалежно від

форм власності, а також центральні й місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування.

Як свідчить світовий досвід, формування та функціонування кластерів можливе за участю університетів. Кластери в Україні за участю науково-дослідних інститутів та вищих навчальних закладів можна створювати у вигляді інноваційної структури виду Б, враховуючи при цьому законодавчі обмеження для вищих навчальних закладів і науково-дослідних інститутів відносно можливості ведення ними господарської діяльності.

Попри те, в Хмельницькій області в 2004 році була створена громадська організація Асоціація «Поділля Перший», яка започаткувала кластерний рух в Україні. Незважаючи на специфіку українських труднощів, непорядкованість правового поля та ділової інфраструктури, започатковане кластерне утворення вже відіграє провідну роль у регіональному розвитку країни та є прикладом для наслідувань інших територій.

Необхідно звернути увагу на те, що створення кластерів – складний, витратний і довготривалий формотворчий процес. Для формування такого структурного об'єднання потрібні спільні зусилля науки, бізнесу і влади. Адже така співпраця дозволить виявити пріоритетні напрями кластерних ініціатив, здійснити оцінювання вибраних кластерів на предмет ризиковості, провести розробку детальної програми дій для кожного з них та вийти на режим функціонування кластерів в окремих регіонах з урахуванням їх територіальних особливостей. Світова практика свідчить, що більша частина з витрат по фінансуванню кластеризації економіки припадає на частку держави, і проводиться за рахунок бюджетів національного та регіонального рівнів. Також поширена практика використання кластерами і нових механізмів фінансування, як аутсоринг, субконтрактинг, залучення коштів кредитних спілок та ін.

Водночас практика функціонування кластерних організаційних структур свідчить про значні соціально-економічні вигоди, що забезпечуються визначальними чинниками формування кластерної моделі

виробництва та різними видами одержаних ефектів, які впливають на прибутковість бізнес-одиниць кластерного об'єднання, підвищення рівня використання потенціалу підприємств, галузі, території й сприяють їхній інвестиційній привабливості (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Фактори формування кластерних переваг

Переваги кластерної взаємодії	
<i>визначально-забезпечувальні</i>	<i>результативні</i>
Взаємозв'язок підприємств, що забезпечує тісну системну взаємодію факторів виробництва та зумовлює виникнення явища емерджентності – появи нової якості, відмінної від властивостей всіх елементів об'єкта (поодиноких намагань)	Ефект синергії як результат орієнтації діяльності всіх суб'єктів системи на нестатки споживачів завдяки належному плануванню, координуванню й організації їхньої взаємодії у процесі спільного підприємництва та кооперування
Співробітництво на контрактних засадах; оптимізація інформаційної мережі й оперативність інформації системи конкуренція на основі технологічних інновацій	Ефект масштабу виробництва - основу якого становлять ядро інноваційного кластера для виробництва визначеного виду продукції
Спільність і взаємовідповідальність діяльності; високий рівень ділової довіри і кадрового потенціалу; гнучкість виробничого потенціалу.	Ефект охоплення, що виникає за умови існування факторів виробництва, які використовуються одночасно для виробництва кількох видів продукції

Джерело: узагальнено автором

Нині кількість кластерів в Україні збільшується дещо повільно, незважаючи на зростаючий в підприємницькому середовищі та наукових колах інтерес до пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції та послуг на вітчизняному і світовому ринках; нових форм виробничих утворень, об'єднань, систем. Крім того, на сьогоднішній день реалізовано низку заходів, які спрямовано на підвищення конкурентоспроможності як окремих регіонів і сфер економічної діяльності,

так і країни в цілому. Тому, основними причинами повільного збільшення в Україні кількості кластерів необхідно вважати:

- недосконалість та неефективність національного законодавства в сфері закріплення механізмів співпраці та відповідальності між державою та іншими учасниками ринку;

- недієвість механізму інституційного захисту, переважно, приватної форми власності;

- недостатня поінформованість представників бізнесу, громадських організацій, пересічних громадян та виконавчої влади в питаннях формування і функціонування кластерів в Україні та переваг кластерного підходу при формуванні виробничих систем;

- відсутність на ринку здорової конкуренції через байдужість державних інституцій, як наслідок монополізація окремих сфер торгівлі й виробництва, низький рівень конкуренції, а відповідно і конкурентоспроможності, як важливих показників економіки, висока концентрація бізнесу і власності;

- нездатність держави при реалізації кластерних проектів, ор при організаційній та фінансовій підтримці кластерних ініціатив, сформувані та реалізувати політику щодо організації взаємодії різних рівнів виконавчої влади із забезпеченням системного підходу у вирішенні таких питань;

- внаслідок неправильного й неповного розуміння принципів діяльності кластерів, страху злиття та поглинання серед малих і середніх підприємств відсутня зацікавленість щодо кооперації у великі виробничі об'єднання та мережі;

- незнання та несприйняття товаровиробниками надбань формування кластерної політики інших держав, незацікавленість у функціонуванні виробничих об'єднань в умовах планово-розподільчої економіки внаслідок незначного досвіду функціонування кластерів в Україні;

- відсутність державного механізму підтримки й реалізації ініціатив щодо створення кластерів, переваг і можливостей учасників кластерних

утворень, сільськогосподарських та виробничо-переробних підприємств, незнання принципів участі у кластерних формуваннях науково-дослідних і вищих навчальних закладів, громадських організацій;

– відсутність підготовлених висококваліфікованих кадрів з питань кластерних організаційних технологій, а також брак інвесторів у зв'язку з інвестиційною непривабливістю й депресивністю регіонів та неналежно сформованою методологічною базою.

Визначення та виділення з багатьох різновидів кластерних зв'язків конкретної схеми виробничих відносин даного мережевого утворення кластерного типу, з врахуванням соціальних відмінностей, територіальної близькості, технологічних особливостей, направленості шляхів інформаційних та виробничих потоків також є значними проблемами освоєння кластерної моделі. Крім того, істотні труднощі при формуванні кластерів створює різний ступінь співпраці між підприємствами-учасниками такого утворення та наявність широкого діапазону форм і видів цих ринкових структур.

Не варто забувати, що на шляху формування кластерів завадами є також територіальна віддаленість від органів влади, інших установ та організацій регіонів, відмінності у ментальності учасників обраної форми співробітництва, несистематизованість інформації статорганів. Невирішеність зазначених вище питань потребує проведення в цій сфері значної науково-дослідної роботи щодо удосконалення форм і методів можливих шляхів широкого впровадження кластерів в Україні.

Створення організаційної структури управління за кластерним типом може бути здійснено шляхом поєднання інтересів учасників такого об'єднання більш тісного взаємозв'язку бізнесу та організацій інноваційної інфраструктури за рахунок зниження законодавчих бар'єрів й інфраструктурних обмежень.[99, С.93]

Нині на багатьох підприємствах підкомплексу відсутня система екологічного менеджменту. Проводяться лише окремі природоохоронні

заходи, комплексної системи управління природокористуванням не створено, не визначені основні напрями екологічної стратегії, не використовуються екологічно орієнтовані методи та засоби виконання господарських робіт.

Для впровадження системи екологічного менеджменту розроблена модель екологічного менеджменту, що наведена на рис. 3.5.



Рис. 3.5. Функціональна модель екологічного менеджменту

Джерело: узагальнено автором

Процес реалізації стратегії розвитку окремих кластерів можна здійснити за умови узгодженості дій усіх учасників такого об'єднання. При цьому, державні цільові програми повинні стати одним з ефективних способів стимулювання утворення кластерів.

В авторській концепції проектування інноваціо-орієнтованої стратегічної програми розвитку управління підприємствами олієжирового підкомплексу АПК ключовими елементами з позицій менеджменту стали ціновий, асортиментний, збутовий і комунікаційний блоки, що об'єктивуються у формі рівневих стратегічних одиниць бізнесу і визначають сукупний потенціал генеральної стратегії.

Виходячи з цього, в роботі запропоновано розмежувати повноваження з управління виробництвом і збутом олієжирової продукції між різними рівнями влади: на державному рівні зберегти повноваження у сфері забезпечення продовольчої безпеки і незалежності країни, створення сучасної законодавчої бази та ефективної фінансово-кредитної системи, обліку та контролю за цільовим використанням фінансових ресурсів.

На регіональному рівні розширити повноваження щодо розвитку виробничої та ринкової інфраструктури ринку олійних, його регулюванню, максимальному задоволенню попиту населення в якісній продукції, сприяння розвитку та оновленню матеріально-технічної бази олійного господарства; на районному рівні – делегувати частину повноважень з фінансування програм, сприяння розвитку приватних інвестицій, забезпечення та закріплення кадрів, екологічної чистоти виробництва олієжирової продукції і охорони природного середовища.

З метою реалізації можливостей розвитку еколого-економічних кластерів нами пропонується поліфункціональна організаційна модель кластерного типу «ЕКО-СОНЯХ» (рис. 3.6).

Для формування системи екологічного менеджменту на окремому підприємстві пропонується використовувати опитувальні листи, аналіз яких дозволить оцінювати будь-яку функціональну сферу системи управління

Необхідність формування кластера в олієжировій промисловості є гострою потребою сьогодення, адже не тільки вітчизняні, а й зарубіжні підприємства є основними споживачами сировини та продукції олієжирової галузі. Відтак, ми впевнено можемо стверджувати, що реалізація програми зі створення кластерних об'єднань у харчовій промисловості та співробітництво технічно пов'язаних галузей диктуються світоглобалізаційними перетвореннями у відповідній до вимог підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. Функціонування кластерів дасть змогу створити мережу сільських, міжрайонних, обласних та консультаційних центрів, в основу діяльності яких буде покладено: формування нормативно-правової бази; підготовку кадрів та підвищення їх професійного рівня; формування інноваційних пропозицій для їх впровадження у виробництво сільськогосподарської продукції; інформаційно-консультаційне обслуговування агровиробників та координація їх виробничої діяльності.

Активізація інноваційних процесів є одним з основних завдань сучасної економіки, а використання кластерного підходу як фактора підвищення конкурентоспроможності на галузевому рівні та економіки країни відповідає вимогам як національного, так і регіонального розвитку.

Саме кластеризація є засобом протистояння глобальній конкуренції і створює основи для прискорення впроваджень прогресу у практичну діяльність, що істотно зміцнює у конкурентоспроможність економіки.

Таким чином, формування та функціонування кластерної моделі в Україні відіграватиме позитивну роль на шляху виходу країни з економічної кризи, а також сприятиме економічному зростанню регіонів та підвищенню рівня їх конкурентоспроможності. З метою активізації процесу створення та діяльності як технологічних кластерних об'єднань у сільському господарстві так і інноваційної системи загалом, в аграрному виробництві необхідно створити відповідні умови, які сприятимуть реалізації єдиної інноваційної стратегії всіх суб'єктів господарювання.

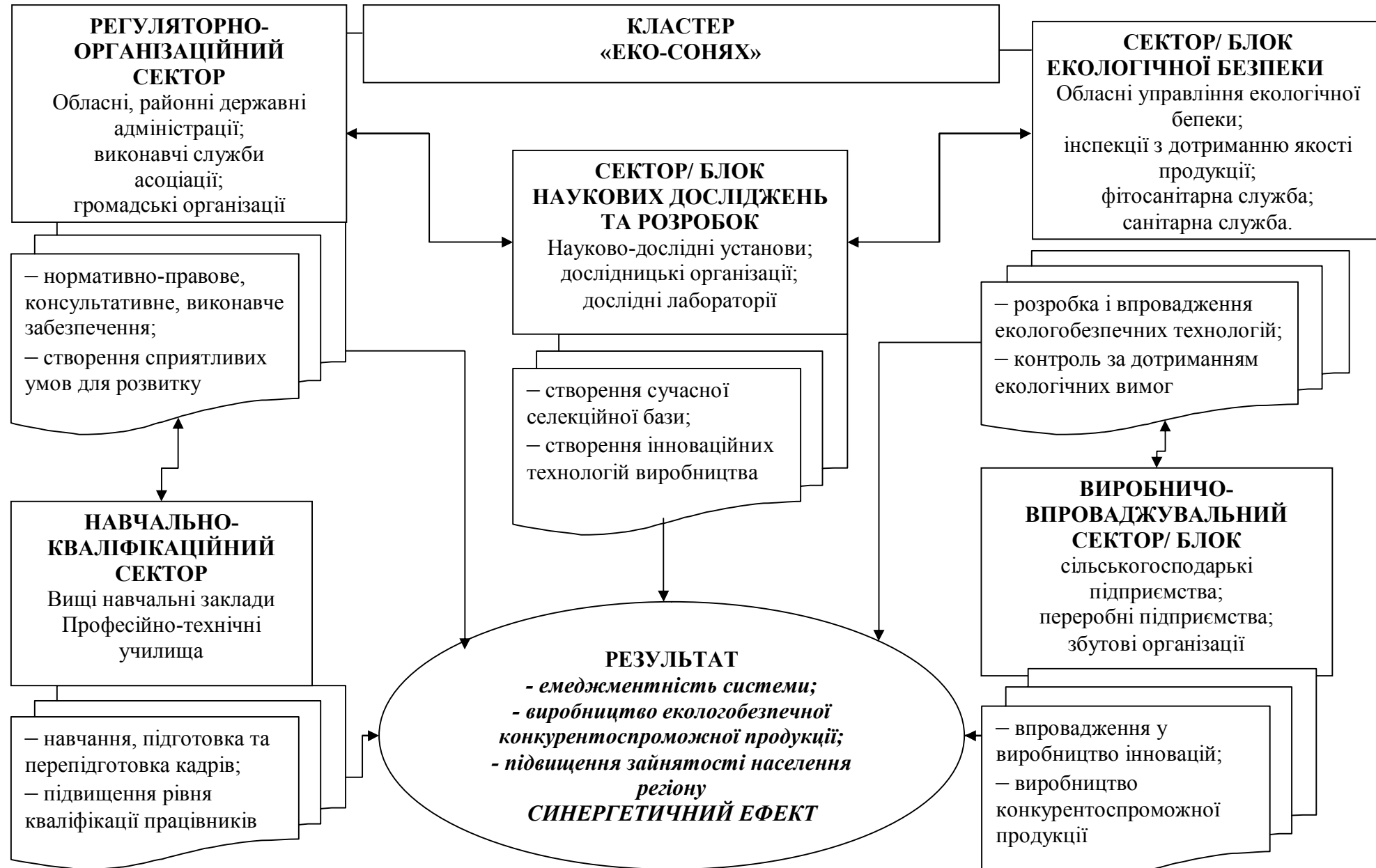


Рис. 3.6 Поліфункціональна організаційна модель кластерного типу «ЕКО-СОНЯХ»

Джерело: розроблено автором

3.3. Оптимізація виробничих можливостей олієжирового підкомплексу на основі інноваційно-інвестиційної стратегії галузевих конкурентних переваг

Вдосконалення територіальної організації виробництва й підвищення його ефективності можливо шляхом реалізації стратегії в системі виробничо-збутових координат. Відтак посилюється необхідність трансформації державного регулювання через переорієнтацію форм і методів регулювання виробничих відносин в олієжировому підкомплексі [63, С. 7-9].

Головними стратегічними цілями аграрної політики на період 2012–2015 рр. виділено [5, С. 12]:

- забезпечити сприятливі умови для ефективною та стабільною виробничою діяльністю суб'єктів господарювання для збільшення обсягів виробництва продукції та повного забезпечення споживчих потреб внутрішнього та зовнішнього ринків;

- врегулювати ціноутворення з метою доступності продуктів харчування вітчизняного виробництва населенню країни;

- через системи контролю показників якості забезпечити їх дотримання при виробництві продуктів харчування.

Міністерство аграрної політики та продовольства України у своїй діяльності визначає на короткострокову перспективу наступні важливі чинники аграрної політики держави для розвитку сільського господарства:

- а) збільшення врожайності культур, наближення її до показників країн-лідерів у цій галузі потрібно покласти в основу політики стимулювання виробництва зерна в Україні;

- б) скоротити обсяги виробництва ріпаку, враховуючи наміри Європейського Союзу щодо суттєвого скорочення імпорту цієї культури починаючи з 2013 року;

- в) відпрацювати оптимальну структуру посівів враховуючи досвід країн Європейського Союзу;

- г) збільшити площі під посіви сорго та сою;
- д) заохочувати сільгоспвиробників збільшувати обсяги виробництва кормових культур на силос;
- е) посилити підтримку розвитку овочівництва закритого ґрунту у контексті реалізації Державної цільової програми розвитку овочівництва і переробної галузі.

Також необхідно вибудувати стратегічні і тактичні підходи до державної підтримки окремих категорій виробників. Наприклад, для великих за розмірами підприємств властивим є саморозвиток шляхом залучення фінансів як із зовнішнього фінансового ринку, так і з внутрішнього. Разом з тим, у випадках перетворення сільськогосподарського виробництва у монополізовані структурні об'єднання з метою неконкурентного формування цін на сільськогосподарську продукцію та харчові продукти, недотримання вимог щодо продовольчого забезпечення країни, ведення сільськогосподарського виробництва за державою має залишитись право втручатися в екстенсивний розвиток таких підприємств.

За прогнозами експертів пріоритетного напрямку державної підтримки набуде розвиток дрібного та середнього бізнесу в аграрному секторі в результаті проведення земельної реформи. Шляхом підтримки та розвитку сільськогосподарських виробничих кооперативів фермерських господарств в основу діяльності яких покладено використання власної праці їх учасників активно сприятиме підвищенню зайнятості населення сільських територій. Формування заготівлі сільськогосподарської продукції у населення має стати поштовхом для розвитку на селі кооперації обслуговування.

Згідно статистичних даних Держкомстату сільськогосподарські виробники сплатили державі протягом 2011–2013 років (без включення соціальних платежів) – 192,3 грн. податків у розрахунку на 1 га посівних площ в Україні. Крім цього сплачено орендної плати за землю – 350 грн., фіксованого податку – 4 грн. 70 коп., за підсумками року отримали в

середньому 428 грн. прибутку на 1 га посівної площі за результатами ведення виробничо-господарської діяльності.

Відтак, враховуючи наведені усереднені розрахунків та беручи до уваги наявний корпоративний інтерес до ведення сільського господарства, можемо з впевненістю стверджувати про те, що вкладені інвестиції у сільськогосподарське виробництво при врахуванні інновацій для цієї галузі економіки, є достатньо вигідними фінансовими вкладеннями та матимуть високу ліквідність.

Зважаючи на структуру прямих інвестицій доцільно виділити три групи основних механізмів забезпечення ефективності прямих інвестицій: механізми забезпечення контролю; механізми конкурентної боротьби; «захисні» механізми від «недобросовісної конкуренції».

Виходячи з цього структуризовано за ознакою цілей схему мотивації. У числі основних мотиваційних ознак реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії виступають: збереження вартості грошей або отримання доходу; отримання психологічної вигоди, зумовлене бажанням «бути лідером»; задоволення потреб підприємств діяти на нових ринках; зменшення/збільшення відтоку/припливу ресурсів, націлене на зменшення витрат/збільшення надходжень; виникнення і посилення синергетичного ефекту; економія витрат на проведення науково-дослідних робіт; отримання ефектів від комбінування взаємодоповнювальних ресурсів; використання податкових пільг; накопичення фінансового капіталу; створення ефективно діючих посередницьких структур та ін.

Якщо під загальною стратегією розуміється спільний план дій, а під стратегією організації – комплекс довгострокових заходів, спрямованих на забезпечення життєздатності організації і підвищення її конкурентоспроможності, то ділова стратегія містить в собі визначення підприємством довгострокових пріоритетів, цілей, планів і методів їх досягнення, що охоплюють всі сфери її господарської діяльності. Крім того, мають місце й такі елементи стратегічного управління, як «стратегія

виживання», «маркетингова стратегія», «продуктово-ринкова стратегія», «стратегія активного впливу» та ін.

У нашому розумінні інноваційно-інвестиційна стратегія підприємства – це запрограмований результат інтелектуальної праці суб'єкта управління, заснований на принципах і розподілений по етапах. Пріоритетом такої стратегії є формування конкурентних переваг. Дослідження найбільш активних в інвестиційному плані переробних підприємств галузі, дозволило визначити коло основних стратегічних завдань із досягнення конкурентних переваг, на вирішення яких були спрямовані прямі інвестиції:

- підвищення прибутковості;
- формування технологічних ланцюгів;
- послаблення конкуренції і впливу на ціни;
- диверсифікація ризиків;
- подальший перепродаж підприємств;
- «захоплення» території.

До основних принципів формування інноваційно-інвестиційної стратегії нами віднесено:

- зосередження дій усіх органів управління в одному напрямі;
- зміцнення існуючих і формування нових конкурентних переваг;
- поєднання дій щодо співробітництва, «захисту» або «нападу» в напрямі конкуренції;
- спланований, обґрунтований і довгостроковий характер дій;
- врахування реальних фінансових можливостей компанії, що спирається на об'єктивну оцінку її ринкового, виробничого, технологічного та трудового потенціалу;
- дотримання норм чинного законодавства.

Виділено такі організаційні етапи реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії :

Перший етап – прийняття рішення про розробку інвестиційної програми, спрямованої на зміцнення конкурентних переваг.

Другий етап – стратегічний аналіз конкурентних переваг.

Третій етап – розробка інвестиційної стратегії компанії.

Четвертий етап – визначення організаційної концепції прямого інвестування.

П'ятий етап – оцінка інвестиційної стратегії.

Шостий етап – реалізація стратегії та її моніторинг.

При цьому необхідно їх оцінити з позицій таких підходів: регіонального, капітальних вкладень, вартісного, портфельних інвестицій, венчурного фінансування, «дослідницького наповнення», додаткової прибутковості, економічного, маркетингового, еклектичного, креативного та використання методів оцінки: ефективності, дисконтованих грошових потоків, техніко-економічного аналізу, а також дохідного, витратного та ін.

Пріоритетами галузевої політики при реалізації стратегії розвитку є:

1. Підтримка організацій, що функціонують в межах олієжирового підкомплексу, продукція яких успішно реалізуються в інших регіонах і за кордоном (відстрочення або розстрочення податкових платежів, надання позичок на пільгових умовах та інші заходи держпідтримки, з наданням переваги інноваційно активним підприємствам).

2. Залучення з інших сфер господарюючих суб'єктів переважно «чистих» галузей, наукоємних, високотехнологічних виробництв.

3. Залучення підприємств галузі до участі в різних ярмарково-виставкових місіях, презентаціях, що проводяться як в Україні, так і за кордоном, з метою пропаганди вітчизняних товаровиробників та їх виробничих досягнень.

4. Сприяння у використанні високих технологій для модернізації галузі.

5. Підтримка створення та виробництва високотехнологічної та наукомісткої продукції, використання нової техніки і технологій;

6. Підтримка співробітництва та зміцнення ділових зв'язків з іншими регіонами в галузі.

7. Сприяння господарюючим суб'єктам в розширенні ринку збуту продукції через розвиток мережі міжрегіональних зв'язків.

8. Сприяння впровадженню систем сертифікації товарів і послуг для підвищення їх конкурентоспроможності на міжрегіональних та міжнародних ринках [101, С.52].

Сфера товарного виробництва є основою економіки і основним джерелом наповнення бюджетів усіх рівнів, тому підвищення потенціалу виробничої сфери є основою розвитку регіональних ринків. За допомогою створення в регіонах торгових домів або торговельних представництв можливе проведення низки заходів зі зміцненні та розвитку галузевої системи.

Тільки незначна частина організацій гармонічно використовує складові успішного просування продукції на зовнішні ринки.

Етапи технології підвищення потенціалу виробничої сфери реалізуються в вищенаведених напрямках:

1. Моніторинг менеджменту та маркетингової культури підприємств виробничої сфери олієжирового підкомплексу.

2. Класифікація і групування всіх господарюючих суб'єктів за рівнем розвитку менеджменту та маркетингової культури.

3. Розподіл організацій за рівнем розвитку всередині галузі.

4. Моніторинг галузевого та внутрішньогалузевого стану.

5. Розробка комплексу заходів для кожної групи підприємств за рівнем розвитку, також і диференційовану систему державної підтримки, з метою підвищення їх положення всередині групи, а також для створення умов переходу у вищу групу.

Тому, до основних завдань сучасного етапу розвитку олієжирового підкомплексу відносимо: підвищення якості підприємницьких ресурсів,

формування оптимальних господарських зв'язків, які дозволяють ефективно керувати сировинними і товарними потоками.

Можливими шляхами вирішення завдання по досягненню конкурентних переваг є впровадження нововведень і новацій на діючих підприємствах галузі та технічне переозброєння комплексу. За рахунок зміни технологічної та відтворювальної структури капітальних вкладень у галузь можна досягти швидкого оновлення матеріально-технічної бази та основних виробничих фондів у переробній промисловості. В результаті реалізації ефективних управлінських рішень щодо перерозподілу інвестицій та використання зазначеної відтворювальної структури в олієжировій індустрії вдасться не тільки покращити можливості експлуатаційного потенціалу шляхом технічного переоснащення галузі, а й на 100 % заповнити переробні потужності виробничих підприємств.

Основою даної моделі співпраці є інформаційно-аналітичний блок, що сприяє галузевому розвитку, оскільки на підприємствах галузі спостерігається стійке зростання випуску продукції, маркетингове супроводження продукції на товарні ринки, активне заповнення нових сегментів ринку. Багато в чому це викликано ефективною роботою маркетингових служб підприємств (там, де вони є), високою кваліфікацією їхнього персоналу (рис. 3.7).

Але, незважаючи на це, в основній масі в організаціях олієжирового підкомплексу роль і стан маркетингових служб, а також кваліфікація працівників залишаються на низькому рівні. З метою підвищення маркетингового потенціалу виробничої сфери необхідно:

- проведення моніторингу маркетингових служб всіх організацій галузі;
- утвердження практики формування довгострокових планів маркетингового розвитку організацій галузі;

1 етап	Стратегічний ситуаційний аналіз загроз з боку зовнішнього середовища і можливостей розвитку внутрішнього середовища управління і збутом продукції в олієжировому підкомплексі АПК	
2 етап	Система експертного прогнозування з використанням методів і моделей імітаційного аналізу	
3 етап	Встановлення тенденцій і прогнозних оцінок розвитку	
	характеристик ресурсного потенціалу	організації виробництва, праці і управління
	вирощування олійних культур та виробництво олієжирової продукції	системи товарообігу, збуту і комунікацій
	виробничої інфраструктури і матеріально-технічного забезпечення	аграрної політики і галузевої науки і науково-технічної продукції
4 етап	Розробка цільових програм розвитку на основі:	
	експертного прогнозного моделювання	статистичного моделювання індикаторів розвитку виробничої системи
	інвестиційної місткості і привабливості	статистичного моделювання індикаторів розвитку збутової системи
	порівняльних оцінок модельованих показників	блокового моделювання соціально-економічних орієнтирів
5 етап	Організація проектування на основі прогнозних орієнтирів	
6 етап	Оптимізація цінової структури і можливостей виробничої взаємодії асортиментної, цінової, збутової і комунікаційної політики в олієжировому підкомплексі	

Рис. 3.7 Система оптимізації виробничих можливостей олієжирового підкомплексу на основі стратегічного ситуаційного аналізу

Джерело: розроблено автором

– формування електронної інформаційної бази даних господарюючих суб'єктів олієжирового підкомплексу;

– активізація промислової політики в сфері просування продукції господарюючих суб'єктів на зовнішні ринки та в інші регіони держави.

Як зазначає Турік Ю. Б.: «Реалізація стратегічних пріоритетів розпитку АПК України має бути підкріплена пропагандистськими заходами. Окрім створення формальних інститутів, необхідно докласти зусиль щодо трансформації старих і запровадження нових неформальних інститутів (звичаїв торгівлі, ділового обороту, правил ведення бізнесу тощо), які забезпечують ефективність ринкової економіки і дієвість державного регулювання економікою». У цьому питанні необхідна ідеологічна підтримка стратегії розвитку АПК, у межах якої пропонується виконати таке [165, С. 39]:

1) для галузевих об'єднань товаровиробників розробити кодекси ведення діяльності, що охоплюють правила поведінки на даному ринку та порушення яких призводить до виходу з спілки порушника та його усунення від участі в справах об'єднання:

2) здійснити широкомасштабну пропаганду та рекламну кампанію за участю об'єднань і держави щодо правил чесної конкуренції з метою висвітлення вжитих покарань до порушників в засобах масової інформації;

3) сприяти налагодженню тісного контакту між жителями сільських територій та владою різних рівнів, для чого в регіонах і на національному рівні створити апеляційні органи, які б реагували на скарги працівників села і переробної промисловості, з оприлюдням відповідної інформації про корупцію і порушення в засобах масової інформації та інформаційних засобах теле-радіокомпаній;

4) провести роз'яснювальну кампанію головних складових з реформування та проведення аграрної політики держави підвищити роль районних консалтингових служб, які, крім технологічних, економічних та юридичних консультацій, повинні взяти на себе певну ідеологічну роботу на

договірній основі із зацікавленими владними структурами, а також Інтернету, який здатний забезпечувати індивідуальний підхід до кожного користувача і в перспективі може перетворитись в потужну ідеологічну машину.

На найближчу перспективу основними цілями політики природокористування в АПК України варто виокремити такі[52]:

- забезпечення здоров'я населення в забруднених регіонах країни та відновлення екологічного благополуччя;

- створення на територіях, які не зазнали техногенного впливу сприятливої екологічної ситуації;

- забезпечення зростання економіки на новій технічній і технологічній базі без істотного збільшення навантаження на навколишнє середовище та всебічне сприяння заходам Кабінету Міністрів України. Дотримання зазначеної вимоги необхідно для розвитку аграрного виробництва та розв'язання екологічних проблем, що забезпечить ефективність сільськогосподарського виробництва на довгостроковий період та дозволить досягти високого рівня конкурентоспроможності продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках й забезпечить екологічно безпечне природокористування в напрямі його стійкості та економічної ефективності;

- розвиток нормативної правової бази та вдосконалення структури державного управління у сфері природокористування і охорони навколишнього природного середовища.

Стратегічні напрями державного управління агропромисловим виробництвом в Україні повинні бути розроблені для забезпечення стійкого розвитку аграрного сектора як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях, що сприятиме всебічному збалансуванню взаємозв'язків між природою та людиною в межах функціонування економічної системи.

Стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку вітчизняного олієжирового підкомплексу, з врахуванням процесів глобалізації та підвищення рівня конкуренції на світових ринках має ґрунтуватися на

створенні новітніх організаційних структур кластерного типу, до участі у формуванні яких мають долучатися провідні підприємства галузі та спеціалізовані виробництва, що технологічно з ними пов'язані.

Основні результати розділу опубліковані в наукових працях автора [94, 96, 98, 99, 101, 103, 116, 119].

Висновки до розділу 3

Удосконалення системи забезпечення конкурентоспроможності продукції олієжирового підкомплексу України на інноваційній основі нами вбачається шляхом: модернізації методів визначення якісних параметрів продукції олієжирового підкомплексу; формування інноваційних кластерів для підвищення конкурентоспроможності підприємств олієжирового підкомплексу України; оптимізації виробничих можливостей олієжирового підкомплексу на основі інноваційно-інвестиційної стратегії галузевих конкурентних переваг.

Модернізація методів визначення якісних параметрів продукції олієжирового підкомплексу, враховуючи аналіз організації контролю в Україні, передбачає: на кожному етапі управління, на якому бракує системності та узгодженості, з урахуванням досвіду європейських країн, створити ефективну систему контролю за харчовою продукцією.

Національна системи контролю продуктів харчування має визначатися, виходячи з культурних, економічних та політичних умов країни. На нашу думку, для України прийнятною є модель одного відомства, як це розповсюджено в країнах ЄС. В центрі уваги за такої організаційної структури має бути контроль, чітке регламентування та розподіл повноважень у сфері контролю за якістю харчових продуктів. Зважаючи на необхідність контролю за всіма ланками виробництва та реалізації харчової продукції задля гарантування повної безпечності продукту пропонується контрольні повноваження Фітосанітарної служби регламентувати не за

об'єктом, а за видом та методами контролю для повноцінного гарантування безпечності продукції.

Обґрунтовано, що лише за умови поєднання трьох базових інструментів реалізації стратегічного розвитку, можливе підвищення конкурентоспроможності підприємств через: реалізацію програм розвитку регіональних та національних кластерів, реалізацію цільових програм, спільну діяльність державного та приватного секторів.

Визначення та виділення із багатьох різновидів кластерних зв'язків конкретної схеми виробничих відносин утворення кластерного типу, з врахуванням соціальних відмінностей, територіальної близькості, технологічних особливостей, направленості шляхів інформаційних та виробничих потоків, дозволило обґрунтувати в роботі доцільність реалізації моделі кластерного типу по реалізації функцій управління галуззю між різними рівнями влади і формування цілісної організаційно-економічної системи управління виробництвом і збутом олієжирової продукції, що сприятиме координації та проведенню єдиної узгодженої системи заходів в напрямі забезпечення конкурентоспроможності продукції олієжирового підкомплексу.

Відтак, діяльність щодо підвищення потенціалу виробничої сфери пропонується здійснювати за такими напрямками: моніторинг менеджменту та маркетингової культури підприємств виробничої сфери олієжирового підкомплексу; класифікація і групування всіх господарюючих суб'єктів за рівнем розвитку менеджменту та маркетингової культури; розподіл організацій за рівнем розвитку всередині галузі; моніторинг галузевого та внутрішньогалузевого стану; розробка комплексу заходів для кожної групи підприємств за рівнем розвитку, також диференційованої системи державної підтримки, з метою підвищення їх положення всередині групи, а також для створення умов переходу у вищу групу.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне обґрунтування і запропоновано вирішення актуального наукового і практичного завдання щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств олієжирового підкомплексу на інноваційній основі. Проведене дослідження та отримані результати дали змогу сформулювати висновки теоретичного та практичного характеру, що відображають вирішення основних завдань роботи відповідно до визначеної мети.

1. Дослідження наукових підходів щодо розкриття сутності конкурентоспроможності показує, що основою усіх існуючих узагальнень є різноспрямованість їх класифікації, здійснена на базі поведінкових, структурних та функціональних чинників, що визначають особливості та специфіку підходу. Конкурентоспроможність слід розглядати як наявність певних переваг, що дають можливість вести боротьбу з іншими конкуруючими підприємствами галузі, реалізуючи при цьому власні цілі та інтереси. Конкурентне становище визначається не лише його внутрішніми особливостями й умовами діяльності, а й середовищем конкуренції, чинники якого не завжди піддаються керуванню.

2. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності необхідно розглядати за системою показників, що сформовані на основі визначених груп факторів (залежно від рівня потенціалу розвитку) та диференційовані за галузевою ознакою через систему окремих елементів механізму забезпечення конкурентоспроможності продукції олієжирового підкомплексу. Основою зазначених наукових підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності як результату високого ступеня ефективності виступає перспективність застосування зіставних методик оцінювання конкурентоспроможності як на рівні підприємства, так і за конкретними видами продукції, що за умов трансформаційних процесів набувають виняткового значення, зокрема в частині їх інноваційного розвитку.

3. Ефективність системи організації інституційних структур, засобів регулювання та впливу, методів, способів і прийомів, що визначають результативність діяльності підприємств олієжирового підкомплексу та їх конкурентоспроможність у виробничій, переробній та збутовій сферах, досягається на основі оптимізації наявних і розробки нових підходів щодо покращення та раціоналізації перебігу інноваційних процесів організаційно-економічного механізму, за поєднання державних важелів управління з ринковими умовами господарювання, що здійснюється через моніторинг окремих складових елементів такого механізму та прийняття відповідних рішень щодо подальшого розвитку підкомплексу на якісно новому рівні.

4. Визначено, що управління виробництвом і збутом продукції олієжирового підкомплексу АПК необхідно розглядати як особливу форму діяльності з регулювання ринку олійних культур, зі створення належних умов для виробництва олієжирової продукції певного обсягу, асортименту, якості та швидкого доведення її до споживача, що зумовлює його особливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки, фінансової стійкості, соціальної та політичної стабільності розвитку аграрного сектору. При цьому управління повинно бути направлено на вирішення політичних, економічних, соціальних та екологічних завдань на макро-, мезо- та макрорівнях через систему адміністративних, організаційних та економічних методів, враховуючи особливості соціально-економічного, організаційно-технічного, специфічного характеру підкомплексу.

5. Встановлено, що олієжировий підкомплекс є одним із найперспективніших секторів національної економіки. Він має потужний ресурсний потенціал, оскільки Україна займає одне з провідних місць з вирощування олійних культур. Підкомплекс повною мірою забезпечує потреби внутрішнього ринку в олієжировій продукції та дозволяє здійснювати експорт продукції на зовнішні ринки. Доведено, що на даний час Україна є лідером з виробництва та експорту соняшникової олії. Діючі виробничі потужності підприємств дозволяють здійснювати переробку

різного виду насіння олійних культур: соняшнику, сої, ріпаку. Проте перевага в комплексі надається соняшнику як найбільш прибутковій культурі. За останні роки спостерігається нарощення переробних потужностей, що зумовлює жорстку конкуренцію між переробними підприємствами на внутрішньому ринку олійних культур і є чинником підтримки високого рівня закупівельних цін на олійні культури. Визначено, що олієжировий підкомплекс наразі займає провідне місце у структурі виробництва та реалізації продукції агропромислового комплексу і харчової промисловості. Крім того, важлива роль підкомплексу і у формуванні фонду споживання, вирішенні проблем внутрішньої продовольчої безпеки, забезпеченні валютних та податкових надходжень, а також у вирішенні ряду соціальних проблем через створення значної кількості робочих місць в олієжировому підкомплексі та суміжних галузях.

6.3 метою збалансованого розвитку олієжирового підкомплексу, поліпшення організаційно-економічних відносин і зв'язків між його суб'єктами обґрунтовано пропозиції з налагодження інтеграційних зв'язків з інноваційно-інвестиційною інфраструктурою щодо оптимізації управління якістю продукції на основі розробки альтернативних форм ефективної системи контролю та вдосконалення процесів управління виробництвом і збутом продукції, що відкриває нові можливості для збалансованості, скоординованості взаємопов'язаних стратегічних і тактичних заходів впливу, розширеного відтворення та сталого економічного зростання галузі.

7. Розроблена в роботі модель кластерного типу «ЕКО-СОНЯХ» базується на системі інфраструктурних взаємозв'язків міжсекторальної взаємодії та передбачає розмежування повноважень з реалізації функцій управління галуззю між різними рівнями влади і формування цілісної організаційно-економічної системи управління виробництвом і збутом олієжирової продукції, що унеможливить дублювання процедур, забезпечить постійно поновлюване послідовне виконання окремих елементів діяльності, які знаходяться в чіткій підпорядкованості, та сприятиме виробленню,

координації та проведенню єдиної узгодженої системи заходів у напрямі забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу за його переходу до інноваційноорієнтованої моделі розвитку.

8. Визначено, що основними складовими елементами формування системи конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу на інноваційній основі є: науковообґрунтований механізм забезпечення кон'юнктурної привабливості підкомплексу; підвищення якісних параметрів продукції; здійснення організаційних трансформацій; запровадження нових систем управління та ресурсощадних технологій вирощування олійних культур; удосконалення системи фінансового забезпечення та інфраструктурного розвитку.

9. Обґрунтовано інноваційно-інвестиційну стратегію формування галузевих конкурентних переваг підприємств олієжирового підкомплексу, що передбачає вдосконалення: асортиментної політики за рахунок досягнення повного задоволення внутрішнього нормативного попиту на олійну сировину і продукти переробки через набір тактичних заходів щодо оптимізації посівних площ, зростання врожайності олійних культур, збільшення пропозиції олієнасіння і підвищення його якості; цінової політики шляхом забезпечення можливості здійснення відтворювального процесу на розширеній основі, регулювання витрат, протекціоністської підтримки та збутової політики шляхом раціоналізації економічних взаємовідносин у системі регулювання ринку олійних культур, підтримання конкурентного середовища, сприяння формуванню інтегрованих об'єднань, спеціалізації учасників ринку на виконанні тих чи інших напрямів діяльності, раціоналізації товарних потоків олієжирової продукції на засадах розробки цільових програм розвитку олієжирового підкомплексу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксёнов И. В. Агроэкосистема подсолнечника и её экологическая безопасность / И. В. Аксёнов Д. И. Никитчин // Научно-технический бюллетень (Збірник наукових праць) ИОК УААН. – 2008. – Выпуск 3. – Запоріжжя : ИОК УААН. – С. 167–172.
2. Андрощук Г. О. Інноваційна політика Європейського Союзу / Г.О. Андрощук, Р.Є. Еннан // Наука та інновації. – 2009. – № 5. – С. 85–97.
3. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: [монографія]. /Л.Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 273с.
4. Безугла В. О. Конкурентоспроможність та аналіз існуючих методик її оцінки / В.О. Безугла // Економіка та держава. – 2007. – № 11. – С 33–35.
5. Безуглий М. Д. Стан, основні тенденції та напрями розвитку сільського господарства України / М. Д. Безуглий, С. М. Кваша // Агро інком. – 2012.– С. 3–25
6. Білоусов О. М. Організаційно-економічні засади формування та розвитку соєвого підкомплексу : [монографія]. / О.М. Білоусов. – Херсон: Наддніпряночка, 2011. –268 с.
7. Блакита Г. Критерії та показники оцінки регіональної ефективності розвитку олієжирової промисловості / Г. Блакита //Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Выпуск 4. – Чернівці : АНТ Лтд, 2001 .– С.85–88.
8. Богомазова В. М. Розвиток експорту товарів і послуг в Україні / В. М. Богомазова // Формування ринкових відносин в Україні : Збірник наукових праць. – К. : НДЕІ. – Вип. 13. – 2001. – С.167–175.
9. Бойко В. І. Потенціал галузі і цінова ситуація на ринку зерна в Україні /В.І, Бойко, З.П. Ніколаєва // Економіка АПК. – 2011. – № 12. – С. 57–61.

10. Бородіна О. М. Інституційний розвиток сільського господарства та села України і Росії та його гармонізація з Європейською політичною практикою / О. М. Бородіна // Економіка України. – 2012. – № 11. – С. 48–61.
11. Бубенко П. Чому гальмуються інноваційні процеси в Україні? / П. Бубенко, В. Гусєв // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 30–38.
12. Блонська В. І. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції / В. І. Блонська, Н. Т. Депа // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20. – С. 115–120
13. Бутенко А. І. Феномен кластера у формуванні інноваційної моделі економіки регіону / А. І. Бутенко, Є. В. Лазарева // Фондовий ринок. – 2009. – № 19. – С. 32–36.
14. Бутко М. П. Розвиток харчової промисловості в регіональних господарських системах України / М. П. Бутко // Агросвіт. – 2010. – № 9. – С. 2–9.
15. Витвицька О. Д. Формування стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств / О. Д. Витвицька // Економіка АПК. – 2011. – № 10. – С. 132–138.
16. Володін С. А. Сутність і значення інновацій в економічному розвитку України / С. А. Володін // Вісник аграрної науки. – 2005. – № 9. – С. 63–67.
17. Ганущак Л. М. Інформаційно-інноваційне моделювання виробничо-предметних галузей як елемент оптимального організаційного управління / Л. М. Ганущак // Актуальні проблеми економіки : науковий економічний журнал. – Київ, 2008. – № 3. – С. 213–217.
18. Гаврилюк В. М. Напрями ефективного розвитку виробництва олійних культур / В. М. Гаврилюк // Економіка АПК. – 2009. – № 11. – С. 76–82.
19. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В. М. Геєць // Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – К. – 2009. – 864 с.
20. Гончарова К. В. Вдосконалення методики визначення потенціалу кластеризації галузей окремого регіону / К. В. Гончарова // Економічний простір. – 2009. – № 29. – 104–108.

21. Дацій О. І. Формування національної інноваційної моделі розвитку сільського господарства України / О.І. Дацій // АгроСвіт. – 2008. – № 15. – С. 2–5.
22. Денисенко М. П. Інформаційне забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства / М. П. Денисенко, Т. С. Голубєва, І. В. Колос // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2009. – № 647. – С. 43–49.
23. Денисов В. Т. Управление инновационным развитием технической подготовки производства : [монографія] / В. Т. Денисов, Е. П. Резник, М. В. Якушев, А. Г. Ильичев. – Донецк. – 2009. – 168 с.
24. Державна інноваційна фінансово-кредитна установа [Електронний ресурс] // Державне агентство України з інвестицій та інновацій. – Режим доступу : <http://www.in.gov.ua/index.php?lang=ua&get=182>.
25. Державна підтримка українського експорту // [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ukrexport.gov.ua/eng/economy/ukr/170.html>
26. Дерев'янку О. Основні напрями системного трансформування харчової промисловості України / О. Дерев'янку // Економіка України. – 2009. – №1. – С. 45–50.
27. Дуданов И. И. Разработка региональных продовольственных программ в условиях рынка. / И. И. Дуданов – М.: Колос, 2008. – 224 с.
28. Євчук Л. А. Стратегічний менеджмент як механізм забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Л. А. Євчук // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 103–107.
29. Економіка сільського господарства : Навч. посібник / Збарський В. К., Мацибора В. І., Чалий А. А. та ін.; За ред. В.К. Збарського і В.І. Мацибори. – К.: Каравела, 2009. – 264 с.
30. Зотова Є. В. Економічна сутність конкурентоспроможності підприємства / Є. В. Зотова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 4. – С. 35–37.

31. Жигало В.С. Виробництво зернових та олійних культур в Україні проблеми та перспективи в умовах світової продовольчої кризи / В. С. Жигadlo, О. В. Сікачина О.В.: за ред. В. Артюшина. – К.: Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки ПРООН. – 2008. – 44 с.
32. Закон України «Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур» № 1033-XIV від 10.09.99 // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 44. – С. 389
33. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 04.07.2002 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – С. 882–892.
34. Закон України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року» № 2982-IV від 18. 10. 2005 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 1. – С. 17
35. Зінченко О. І. Рослинництво : Підручник / О. І. Зінченко, В. Н. Салатенко, М. А. Білоножко. — К.: Аграрна освіта, 2001. — 591 с
36. Іванов Ю. Б. Конкуренція як чинник розвитку ринку товарів і послуг / Ю. Б. Іванов // Регіональні перспективи. –2003. – № 1(34–35). – С. 98–99.
37. Іванова Н. В. Сортова сертифікація насіння як чинник підвищення ефективності діяльності насінневої галузі / Н. В. Іванова // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 2. – Т. 2. Економічні науки. – Полтава : ПДАА, 2011. – С. 78–81.
38. Іванько А. В. Методичні підходи з організації агропромислового виробництва на кластерній основі / А. В. Іванько // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 26–31.
39. Іванько А. В. Розвиток аграрного сектора регіону на основі кластерного підходу / А. В. Іванько // Економіка АПК. – 2009. – № 4. – С. 32–37.
40. Інвестиційні процеси в змішаній економіці : [монографія] / В. Г. Федоренко, М. П. Денисенко, І. М. Гриценко та ін.; під ред. В. Г. Федоренка, М. П. Денисенка. – К. : ШК ДСЗУ, 2008. – Т. 1. – 194 с.

41. Інвестиційні процеси в змішаній економіці : [монографія] / В. Г. Федоренко, М. П. Денисенко, І. М. Гриценко та ін.; під ред. В. Г. Федоренка, М. П. Денисенка. – К. : ІПК ДСЗУ, 2008. – Т. 2. – 239 с.
42. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід : монографія / Денисенко М. П., Михайлова Л. І., Гриценко І. М., та ін.; за ред. М. П. Денисенка, Л. І. Михайлової. – Суми : ВТД “Університетська книга”, 2008. – 1050 с.
43. Інноваційна стратегія українських реформ / Гальчинський А. С., Геєць В. М., Кінах А. К., Семиноженко В. П. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.
44. Інноваційний розвиток регіонів України // Інвестиції та інноваційний розвиток : матеріали до парламентських слухань «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів» : науково-практичний бюллетень / Державне агентство України з інновацій та інвестицій. – 2009. – № 2 [5], Спеціальний випуск. – С. 37–60.
45. Карпенко А. В. Вплив основних економічних чинників на підвищення ефективності виробництва соняшнику в зоні Степу /А. В. Карпенко // АгроІнКом. – 2003. – № 3–4. – С. 65–68.
46. Карпенко А. В. Економічні наслідки митного регулювання експорту соняшнику // Ринкова трансформація економіки АПК: кол. монографія у чотирьох частинах За ред. П. Т. Саблука, В. Я. Амбросова, Г. Є.Мазнева. – ч.4. Стабілізація доходів сільських товаровиробників. – К. : ІАЕ, 2002. – С. 367–370.
47. Карпенко А. В. Регіональний ринок соняшникового насіння та олії в Запорізькій області / Збірник наукових праць Луганського національного аграрного університету. Матеріали міжнародної науково–практичної конференції – в 3–х томах, т. 3./; За ред. В. Г. Ткаченко. – Луганськ : Видавництво «Елтон – 2», 2002. – № 14 (26). – С. 269–274.
48. Карпенко А. В. Цінова ситуація на ринку соняшнику /А.В. Карпенко // Науковий вісник НАУ / Редкол.: Д. О. Мельничук (відп. ред.) та ін. – К. – 2007 – вип. 44. – 2008. – С. 99–101.

49. Кваско А.В. Формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства / А. В. Кваско // Інтелект ХХІ . – 2013. – № 1-2. – С. 114-121.
50. Кваша С. М. Наукові підходи до регулювання аграрного ринку / С.М. Кваша // Економіка АПК. – 2006. – № 7. – С.42-45.
51. Кириченко В. В. Виробництво соняшнику в Україні: стан і перспективи розвитку. / В. В. Кириченко // Вісник ЦНЗ АПВ Харківської області. – 2010. – №7. – С. 281-286.
52. Клиновий Д. В. Регіональні аспекти диференціації природно–економічних та еколого–економічних передумов розвитку суспільного виробництва / Д. В. Клиновий // Вісник Сумського державного аграрного університету. – Суми : СДАУ, – 2011. – С. 184–188.
53. Коваленко Ю. С. Аграрний ринок України: організація та управління. / Коваленко Ю.С. – К. : ІАЕ УААН, 2008. – 108 с.
54. Конкурентоспроможність АПК України у світовому економічному просторі та глобальні виклики СОТ : доповідні записки за результатами дослідження в 2008 р. – К. : РВПС України НАН України, – 2008. – С. 2.
55. Концеба С. М. Економічна ефективність виробництва продукції олійних культур у сільськогосподарських підприємствах / С. М. Концеба // Економіка АПК. – 2012. – № 2. – С. 33–37.
56. Кравец Н. С. Урожайность растений подсолнечника в зависимости от условий выращивания / Н. С. Кравець // Науково–технічний бюлетень (Збірник наукових праць) ІОК УААН. – Випуск 4. – Миколаїв : ІОК УААН, – 2010. – С. 129–132.
57. Красноруцький О. О. Методичні протиріччя в оцінці конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / О. О. Красноруцький, А.О. Гайдусь // Економіка АПК. – 2011. – № 11. – С. 103-109.
58. Кропивко М. Ф. Інформація в управлінні агропромисловим виробництвом. – К. : ІАЕ УААН, 2011. – 252 с.

59. Крисанов Д. Ф. Економіко-екологічні проблеми харчової промисловості України / Д. Ф. Крисанов // відп. редактор акад. УААН В. М. Трегобчук. – К. : Ін-т економіки НАН України, 2009. – 247 с.
60. Кузюра М. Монсанто – гарантія якості / М. Кузюра // Пропозиція агроринку. – 2010.– № 2. – С. 26–27.
61. Кулішов В. Сучасні особливості формування регіональних ринків / В. Кулішов, В. Мустафі // Економіка України. – 2001. – № 7. – С. 40–43.
62. Лазня В. В. Олієпродуктовий підкомплекс України: стан, проблеми, напрями розвитку./ В. В. Лазня – К.: ІАЕ, 2008. – 70 с.
63. Леонова Л. Олія: Попит, пропозиція / Л. Леонова // Харчова і переробна промисловість. – 2003. – № 7. – С. 7–9
64. Лисогор В. М. Неформалізований аналіз інноваційних механізмів державного регулювання виробництва насіння соняшнику / В.М. Лисогор // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. № 1. – С. 138–142.
65. Листопад В. Текущие особенности рынка масличных культур. Особенности рынков стран Причерноморья / В. Листопад // Олійно-жировий комплекс. – 2007. – №1. – С. 22-28.
66. Лукінов І. І. Наукові основи регіонального розвитку і принципи регіональної політики: матеріали III Міжнародної конференції «Проблеми економічної інтеграції України в Європейський Союз: інвестиційні аспекти». – Ялта–Форос : ТАНГ. – 2011. – С. 240–248.
67. Лялюк А. М. Удосконалення управління фінансовим станом навчальних закладів за допомогою маркетингу / А.М. Лялюк // Реформування фінансово-кредитної системи і стимулювання економічного зростання: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (30-31 травня 2003 р.). – Луцьк : Вид-во «Вежа» ВДУ ім. Лесі Українки, 2003. – С. 110–111.
68. Малік М. Й. Інтеграція – як фактор підвищення ефективності реформованих сільськогосподарських підприємств. / М. Й. Малік П.М.Федієнко, М. К. Горлатий.–К. : ІАЕ УААН, 2000. – 40 с.

69. Макаренко В.В. Виробництво насіння олійних культур. Захмарні перспективи. [Електронний ресурс]. / В.В. Макаренко // Режим доступу <http://fermerplus.com/main/crop/581-virobnictvo-nasnnya-olynih-kultur-zahmarn-perspektivi.html>
70. Маршалл А. Принципы экономической науки / Маршалл А. – М. : Прогресс, 1993. – Т. V. – 416 с.
71. Маслак О. Сучасні тенденції ринку соняшнику / О. Маслак // Техніка і технології АПК. – 2011. – № 5 (8). – С.35–38.
72. Маслак О. Коливання ринку соняшнику / О. Маслак //Агробізнес Сьогодні. – 2013. №15–16 (262–263). – С. 16-21
73. Маслак О. Привабливість ринку сої / О. Маслак //Агробізнес. Сьогодні. – 2011. – №18 (217). – С. 23–26
74. Мелько Л. І. Розвиток виробництва продовольства: сучасний аспект : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Регуляторні механізми у сфері виробництва та споживання продовольчих товарів в умовах інтеграційних процесів». – 2010. – С. 107–109.
75. Мельник Т. М. Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз / Т. М. Мельник // Міжнародна економіка. – 2009. – № 8 – 9. – С. 221–245.
76. Мінковський А. Є. Залежність урожайності сортів і гібридів соняшнику від розміру відкаліброваного насіння / А.Є Мінковський // Науково-технічний бюлетень (Збірник наукових праць) ІОК УААН. – Випуск 4. – Миколаїв : ІОК УААН, 2010. – С. 137–141.
77. Мудрак Р. П. Експорт українського продовольства: стан, тенденції, причини / Р.П. Мудрак //Економіка України: політико-економічний журнал. – 2014. – № 5. – С. 70–79
78. Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://dspace.nbu.gov.ua>
79. Наткіна Н. Врожайність залежить від сорту культури / Н. Наткіна // Фермерське господарство. – 2009. – № 36. – С. 13

80. Нестеренко С.А. Формування інноваційного кластера як один із механізмів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / С.А. Нестеренко // Держава та регіони. Серія. Економіка та підприємництво. – 2009. – №4. – С. 126–129.
81. Ніколаєва Л. А. Формування інтелектуально-інформаційного сектора економіки та проблеми оцінки його потенціалу /Л. А. Ніколаєва О. В. Лайчук// [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rost.ru/rriain/totals/02/02.shtml>.
82. Никитенко О. В. Водопотребление посевов подсолнечника в трехпольном севообороте на юге Украины /О. В. Никитенко // Науково–технічний бюлетень (Збірник наукових праць) ІОК УААН. – Випуск 5. – Миколаїв : ІОК УААН, 2010. – С. 144–148.
83. Олійно-жирова промисловість України :збірник / Український науково-дослідний інститут олій та жирів: за ред. В. Г. Кухти. – Харків, 2009. – 58 с.
84. Онищенко О. М. Методологічний аспект порівняння продуктивності господарств населення і сільськогосподарських підприємств / О.М. Онищенко // Основні напрями високоефективного розвитку пореформеного агропромислового виробництва в Україні на інноваційній основі. – К. : ІАЕ УААН, 2012. – С. 326–335.
85. Операційні технології вирощування олійних культур: за ред. Р. І. Шкрудя. – К. : Урожай, 2003. – 184 с.
86. Ольховська Н. А. Методика оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / Ольховська Н. А. // Економіка АПК, 2008. – №11.– С. 116–119.
87. Основні методичні підходи до оперативного визначення нормативів витрат виробництва сільськогосподарської продукції / В. П. Ситник, П. Т. Саблук, Т. В. Ярославська, Г. С. Лисогор // Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків України. – К., 2000. – С. 39–73.

88. Панов, А. И. Стратегический менеджмент : учеб. пособие для вузов / А. И. Панов, И. О. Коробейников. – [2-е изд., перераб. и доп.] – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 285 с
89. Паламарчук О.В. Міжнародна конкурентоспроможність України: оцінка проблем та шляхи покращення конкурентних позицій / О. М. Паламарчук //Економічний вісник університету . –2013. – Вип. 20(1). - С. 111-115.
90. Пилявець В. М. Світовий ринок соняшникової олії та участь в ньому України. / В. М. Пилявець // Теорія та практика трансформаційних перетворень в економіці, політиці та культурі за умов розвитку глобалізаційних процесів : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Вінниця: ВІЕ ТНЕУ, 2011. – С. 31–33
91. Пилявець В. М. Особливості застосування прогнозних моделей для дослідження експортного потенціалу окремих товарних груп аграрного сектору економіки / В. М. Пилявець // Агросвіт. – 2011. – № 6. – С. 57–60
92. Пилявець В. М. Олійно-жировий комплекс України: стан та перспективи розвитку : збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія : Економічні науки. – Випуск 2 (53) Т.3. 2011 С. 88-92
93. Пилявець В. М. Зовнішня торгівля аграрною продукцією та її вплив на торговельний баланс / В. М. Пилявець // Інтеграційний вибір України: історія, сучасність, перспективи : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. – Вінниця: ВІЕ ТНЕУ, 2012. – С. 301–305
94. Пилявець В. М. Екологічнобезпечність як фактор підвищення конкурентоспроможності продукції АПК / В. М. Пилявець // Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету. – 2012. – № 1. – С. 59–62
95. Пилявець В. М. Особливості ефективності та ефектів щодо зовнішньої торгівлі продукції рослинництва. / В. М. Пилявець // Трансформаційна динаміка розвитку агропромислового виробництва : збірник матеріалів

- Міжнародної науково-практичної конференції. – Вінниця: ВНАУ, 2012. – С. 33–35
96. Пилявець В. М. Пріоритетні напрями удосконалення функціонування організаційно-економічного механізму олієжирового підкомплексу України / В. М. Пилявець // Формування конкурентоспроможної економіки: теоретичні, методичні та практичні засади : матеріали II Міжнародної науково-практичної Інтернет- конференції. – Тернопіль, 2013 С. 229–231.
97. Пилявець В. М. Особливості впровадження інновацій в АПК / В.М. Пилявець // Проблеми та перспективи розвитку національних економік в сучасних умовах : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю.– Вінниця, 2013. – С. 216–218.
98. Пилявець В. М. Безпека олієжирової продукції як основна складова забезпечення конкурентоспроможності олієжирової продукції [Електронний ресурс] / В. М. Пилявець // Ефективна економіка. – 2013. – № 5. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
99. Пилявець В. М. Особливості впровадження кластерного підходу в діяльність підприємств олієжирового комплексу / В. М. Пилявець // Економіка та держава. – 2013. – № 8. – С. 91–94.
100. Пилявець В. М. Фактори формування конкурентоспроможності продукції олієжирового підкомплексу / В. М. Пилявець // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2013. - № 1 (37). – С. 66–70.
101. Пилявець В. М. Формування інноваційно-інвестиційних стратегій розвитку олійно-жирового підкомплексу України / В. М. Пилявець // Економіка і управління: проблеми науки та практики : збірник матеріалів міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції.– Дніпропетровськ, 2013.– С. 50–53
102. Пилявець В. М. Сучасні тенденції розвитку олієжирового підкомплексу України Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного

- університету. Серія: Економічні науки – Випуск 4 (81). – Вінниця: ВНАУ, 2013. – С. 65–70
103. Пилявец В. Н. Сырьевая составляющая масложирового подкомплекса Украины как основа обеспечения его конкурентоспособности / В.Н. Пилявец // Международный научный журнал (РФ) Экономика и предпринимательство – 2013. – № 12 ч.4. – С. 440–444
104. Пилявец В. М. Механізм регулювання розвитку олієжирового підкомплексу України : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції Київського інституту бізнесу та технологій «Студент-Дослідник-Фахівець » (23 травня 2013 року) : тези доп. – Київ, 2013. – С. 52–53
105. Пилявец В. Н. Угрозы масложирового подкомплекса Украины и пути их преодоления *Zeszyty naukowe Uczelni Warszawskiej im. Marii Skłodowskiej-Curie.* – 2014. – № 2 (44). –Р. 141-151.
106. Петров В. М. Виробництво і реалізація соняшнику в Харківській області / В. М. Петров // Економіка АПК. – 2007. – № 7. – С.76–78.
107. Петров В. М. Про виробництво олії соняшнику / В.М. Петров // Економіка АПК. – 2008. – № 3. – С. 70–72.
108. Підлубна О .Д. Основні чинники впливу на економічну ефективність виробництва насіння сої / О. Д. Підлубна // Економіка АПК. – 2011. – № 11. – С. 31–35.
109. Побережна А.А . Формування світового і вітчизняного ринків олійних культур / А. А. Побережна // Економіка АПК. – 1999. – № 8. – С. 91–96.
110. Погріщук Б. В. Систематизація формотворчих елементів процесу розвитку в контексті інноваційних змін /Б. В. Погріщук, В. І. Чорнодон // Наука молода: збірник наукових праць молодих вчених Тернопільського національного економічного університету. – випуск № 14. – Тернопіль, 2010. – С. 184–189.
111. Погріщук Б. В. Наукове забезпечення формування інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств /Б. В. Погріщук, В. І. Чорнодон //

- Бизнес-информ (Харківський національний економічний університет МОН України). – 2011. – № 3. – С. 64–67.
112. Погріщук Б. В. Еколого-економічна парадигма сучасного розвитку сільськогосподарського виробництва / Б. В. Погріщук, Г. Б. Погріщук // Агросвіт. – 2011. – № 9. – С. 8–12.
113. Погріщук Б. В. Формування системи інвестиційно-інноваційного забезпечення АПК в контексті інституціональних змін / Б. В. Погріщук // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2011. – Вип. 3(60). – С. 36–41.
114. Погріщук Б. В. Соціально-економічні передумови інноваційного розвитку сільськогосподарського виробництва / Б. В. Погріщук, В. І. Чорнодон // Вісник Черкаського державного технологічного університету. – 2011. Вип. 27 (42). Серія: економічні науки. – 2011. – С. 63–68.
115. Погріщук Б. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур та продукції в АПК / Б. В. Погріщук // Наукові записки ТДПУ ім. В. Гнатюка. Серія : Економіка. – 2002. – Вип. 10. – С. 176–178.
116. Погріщук Б. В. Формування потенціалу розвитку сільських територій в контексті євроінтеграційних процесів / Б. В. Погріщук, В. М. Пилявець // матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (10–11 вересня 2012 р.) : тези доп. – Миколаїв, 2012. – С. 122–124.
117. Погріщук Б. В. Міжгалузеві аспекти формування організаційно-економічного механізму інвестиційного забезпечення в агропромисловому комплексі / Б. В. Погріщук // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – 2011. – № 20 (145). – С. 3–12.
118. Погріщук Б. В. Моделі впровадження системи контролю якості продукції олієжирового підкомплексу / Б.В. Погріщук В.М. Пилявець // Інноваційна економіка. – 2013. – № 7. – С.137–141
119. Погріщук Б. В. Формування потенціалу розвитку сільських територій в контексті євроінтеграційних процесів / Б. В. Погріщук, В. М. Пилявець // матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (10–11 вересня 2012 р.) : тези доп. – Миколаїв, 2012. – С. 122–124.

120. Погріщук Б. В. Теоретико-методологічні засади формування конкурентних переваг на регіональному рівні / Б. В. Погріщук, В. М. Пилявець // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – Вип. 3(33). – Т. 2. – С. 63–68.
121. Погріщук Б. В. Інновації як індикатор економічного розвитку промислових підприємств /Б. В. Погріщук, В.І Мельник, В. М. Пилявець // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – Вип. 3(33). – Т. 2. – С. 236–242
122. Показники роботи за 2012 рік та січень 2013 року, 2010/11 МР // Олійно-жирова галузь України. Інформаційно-аналітичний бюлетень олієжирової галузі України та Російської Федерації.-Харків: УкрНДІОЖ НААН, 2013.– 112 с.
123. Показники роботи за 2013 рік та січень 2014 року, 2013/14 МР // Олійно-жирова галузь України. Інформаційно-аналітичний бюлетень олієжирової галузі України та Російської Федерації. –Харків : УкрНДІОЖ НААН, 2014.– 98 с.
124. Покотилова В. І. Ефективність управління інноваційними процесами / В. І. Покотилова // Економіка АПК. – 2009. – №1. – С.42–46.
125. Попова О. Л. Сталий розвиток агросфери України: політика і механізми: [монографія] / Попова О. Л – К. : НАН України, інститут економіки та прогнозування, 2009. – 352 с.
126. Портер М. Конкуренція / М. Портер ; [пер. с англ. О. Л. Пелявского и др. ; под ред. Я. В. Заблоцкого и др.], М. : Вильямс, 2006. – 602 с.
127. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь. / Б.А. Райзберг Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева . – 3–е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА–М, 2002. – 480 с.
128. Реалізація державної інноваційної політики центральними органами виконавчої влади // Інвестиції та інноваційний розвиток : матеріали до парламентських слухань “Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів” : науково-практичний бюлетень / Державне агентство України з інновацій та інвестицій. – 2009. – № 2 [5], Спеціальний випуск. – С. 7–36.

129. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Рикардо Д. – М. : Прогресс, 1985. – 408 с.
130. Робинсон Джоан Вайолет / Осадчая И. М. // Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – [3-е изд.] – М. : Советская энциклопедия, 1975. – Т. 22 : Ремень – Сафи. – 628 с.
131. Россоха В. В. Кластерна модель організації виробничих систем / В.В. Россоха // Економіка АПК. – 2011. – № 10. – С. 146-152.
132. Саблук П. Т. Реалізація механізму реформ в аграрній сфері / П.Т. Саблук // Економіка АПК, 2011. – № 10. – С. 3–6.
133. Саблук П. Т. Основи організації сільськогосподарського ринку./ П. Т. Саблук, Д. Я. Карич, Ю. С. Коваленко// – К. : ІАЕ УААН, 1997. – 140 с.
134. Саблук П.Т., Формування міжгалузевих відносин: проблеми теорії та методології / П. Т. Саблук, М. Й. Малік, В. Л.Валентинов // – К.: ІАЕ, 2002. – 294 с.
135. Савіна Г. Г. Форми кластерного співробітництва / Г. Г. Савіна, Л. І. Бойко // Таврійський науковий вісник : збірник наукових праць ХДАУ. – Херсон : Айлант, 2007. – Вип. 53. – С. 236–239.
136. Самойлик К. Порівняльна таблиця змін, що вносяться законопроектом «Про внесення змін до Закону України «Про інноваційну діяльність»» (щодо підвищення вимог до інноваційності продукції) від 13.12.2007 року / К. Самойлик, Ю. Каракай [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://gska2.rada.gov.ua>
137. Самуельсон Поль. Економіка / Самуельсон Поль. – Львів : Світ, 1993. – 493 с.
138. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Режим доступу <http://ru.wikipedia.org/>
139. Сегеда С. А. До питання ринку селекційно–насінницької продукції соняшнику /С. А. Сегеда // Вісник ХДАУ. Серія «Економіка АПК і природокористування. Механізм господарювання і економічна динаміка в АПК». – Харків : ХДАУ, – 2001. – № 6. – С. 218–221.

140. Селіхова О. Б. Багатофакторна модель експорту українських промислових товарів до Російської Федерації / О. Б. Селіхова, І. О. Крехівський // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2006. – №5(28). – с. 44–52.
141. Селіхова О. Б. Передові промислові технології як об'єкт статистичного спостереження. Частина II. Світовий досвід. Рекомендації щодо селективного підходу до його використання в Україні / О. Б. Селіхова, О. В. Крехівський // Статистика України : Щоквартальний науково-інформаційний журнал. - 2011. – N 2. – С. 14–19.
142. Сергієнко О. Вітчизняному виробнику – нові гібриди соняшнику / О. Сергієнко, С. Котелевець // Пропозиція. – 2006. – № 8–9. – С. 26–27.
143. Сівозміни у землеробстві України / [за редакцією В.Ф. Сайка, П.І. Бойка].– К. : Аграрна наука, 2002. – 148 с.
144. Сіренко Н. М. Вплив інноваційної активності підприємства на сталий економічний розвиток / Н. М. Сіренко // Наукові праці : Науково-методичний журнал. Економічні науки. — Миколаїв: МДГУ ім. П. Могили, 2007. — Т. 72. – Вип. 59. — С. 41—43
145. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Наука, 1993. – 129 с.
146. Снежкова А. Така приваблива та перспективна соя [Електронний ресурс] / А. Снежкова – Режим доступу: [//www.propozitsiya.com/?page=146&itemid=4137](http://www.propozitsiya.com/?page=146&itemid=4137)
147. Соколенко С. Проблеми і перспективи посилення конкурентоспроможності економіки України на основі кластерів / С. Соколенко // Економіст. – 2008. - №10. – С. 31–35.
148. Сокольська Т. В. Взаємозалежність якості та конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / Т. В. Сокольська // Актуальні Проблеми Економіки. – 2008. – N1. – С. 160–164.
149. Справочник по планированию в агропромышленном комплексе / Под ред. В. Д. Гревцова. – К. : Урожай, 2011. – 424с.
150. Супіханов Б. К. Експорт-імпорт Україною олійних культур / Б. К. Супіханов // Економіка АПК, 2009. – № 8. – С. 28–30.

151. Статистика науки и инноваций : краткий терминологический словарь / под ред. Л. М. Гохберга. – М. : ЦИСН, – 1996. – 288 с.
152. Статистичний збірник «Рослинництво України» / [Відп. за випуск О.М. Прокопенко]. – К., 2011. – 556 с.
153. Статистичний збірник «Рослинництво України» / [Відп. за випуск О.М. Прокопенко]. – К., 2012. – 567с
154. Статистичний збірник «Рослинництво України» / [Відп. за випуск О.М. Прокопенко]. – К., 2013. – 588 с/
155. Статистичний збірник «Сортові посіви сільськогосподарських культур в Україні» Державний комітет статистики / Відп. за випуск О.М. Прокопенко. – К., 2011. – 210 с.
156. Статистичний щорічник «Сільське господарство України» за 2013 рік / Державний комітет статистики України: під загальним керівництвом Ю.М. Остапчука. – К., 2014. – 260 с.
157. Стеченко Д. М. Управління регіональним розвитком. / Д. М. Стеченко // – К.: Вища школа, 2000. – 381 с.
158. Стройко Т. В. Виробнича інфраструктура агропродовольчої сфери – в контексті забезпечення продовольчої безпеки країни / Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Регуляторні механізми у сфері виробництва та споживання продовольчих товарів в умовах інтеграційних процесів». – 2010. – С. –148–150.
159. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : [монографія] / Н. П Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 568 с.
160. Тарнавська Н. П. Перспективи активізації інноваційної складової конкурентоспроможності України в умовах трансформації міжнародного бізнесу / Н. П. Тарнавська // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2010. – Вип. 5–1. – С. 103–116.
161. Турецький О. А. Економіка України на порозі ХХІ століття: уроки минулого і кроки в майбутнє. / О.А. Турецький // – Одеса: АСП, 2009. – 196 с.

162. Трибель С. О. Ріпак: проблеми фітосанітарії та підвищення ефективності захисних заходів. /С. О. Ріпак // Насінництво. – 2012. – № 2. – С. 6–15
163. Трибель С. О. Вдосконалена система захисту посівів кукурудзи, вирощуваних на зерно та насіння / С. О. Трибель // Насінництво. – 2011. – № 5. – С. 14–20
164. Турін Є. М. Насінництво сої / Є. М. Турін // Агроном. – 2009. – № 2. – С. 174 – 176
165. Турік Ю. Б. Інтеграція логістики в управління розвитком національної економіки / Ю. Б. Турік, О. О. Чуприна // Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент» : збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. – Випуск 7 (26) Частина 4. – Луцьк, 2010. – С. 104–117
166. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс: пер. с англ.; [авт. пред. и науч. ред. К.Ф. Пузыня.] – М. : Экономика, 1989. – 272 с.
167. Телетов О. С. Стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві : [монографія] /О. С. Телетов. – Суми : ВТД “Університетська книга”, 2004. – С. 254
168. Удова Л.О. Підвищення стійкості виробництва соняшнику/ Л. О. Удова // Економіка АПК. – 1999. – № 9. – С. 69–71.
169. Український фонд підтримки підприємництва. Кластери та інноваційний розвиток України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ufpp.gov.ua/ckfinder/userfiles/files/lib_bissnes/klasterS.pdf
170. Україна активно інвестує у олійний бізнес [Електронний ресурс] – Режим доступу:: http://business-tv.com.ua/news/v_ukraini_aktivno_investuyut_u_oliyniy_biznes-101.html
171. Україна стала світовим лідером за поставками соняшникової олії [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ipress.ua/news/ukraina_0458
172. Україні необхідно налагодити переробку ріпаку всередині країни – експерти [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.unian.ua/society/127197-ukrajini-neobhidno-nalagoditi-pererobku->

ripaku-vseredini-krajini-eksperti.html

173. Ушачев И. Г. Экономический рост и конкурентоспособность сельского хозяйства России / И. Г. Ушачев // Аграрный вестник Урала. – 2009. – № 3. – С. 4–12.
174. Фаїзов А. В. Олієжировий комплекс: проблеми і фактори розвитку / А. В. Фаїзов // Агро інком. – 2011. – № 10-12. – С. 21-29.
175. Фарафонова Л. М. Розвиток інноваційних процесів в сільському господарстві / Фарафонова Л. М. // Мат. науково-практ. конф. викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (2-18 квітня 2003 р.). – Суми : ВАТ “СОД”, видавництво “Козацький вал”, 2003. – С. 219–220.
176. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю організації [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / Р. А. Фатхутдінов, Г. В Осовська; за заг. ред. Осовської Г. В. – К.: Кондор, 2008. – 468 с.
177. Фатхутдінов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Фатхутдінов Р. А. – М.: «Книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
178. Фирсов Е.В. Методологические основы формирования государственной политики развития масложирового подкомплекса./ Е. В. Фирсов // М.: АгроНИИТЭИПП, 2002. – 128 с.
179. Фирсов Е.В. Система факторов и резервы экономического роста производства масложировой продукции ./ Е. В. Фирсов // Масложировая промышленность. – 2004 – № 1. – С. 104– 112
180. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції (практичний посібник) / [за ред. П.Т. Каблука]. – К. : ІАЕ, 2000. – 555 с.
181. Христенко Л. М. Оцінювання впливу потенціалу підприємства на його економічну стійкість / Л. М. Христенко, Н. Є. Буткова // Управління проектами та розвиток виробництва: зб.наук.пр. – Луганськ : вид-во СНУ ім. В.Даля, 2012. – № 4(44). – С. 101 – 108
182. Чемберлин О. Теория монополистической конкуренции / Э. Чемберлин: [пер. с англ.] ; под ред. О. Я. Ольсевича – М. : Экономика, 1996. – 352 с.

183. Шарубін, І. О. Перспективи і напрями збільшення виробництва сої в північно-східному Лісостепу України./ І. О. Шарубін // Насінництво. – 2012. – № 1. – С. 8 – 10.
184. Шебаніна О. В. Розвиток виробництва зерна і його значення у забезпеченні продовольчої безпеки України / О. В. Шебаніна // Економіка АПК. – 2008. – №12. – С. 9 – 12.
185. Шебаніна О. В. Оптимізація виробничих ресурсів рослинництва фермерських господарств / О. В. Шебаніна // Економіст. – 2012. – №2. – С. 19 - 20
186. Шебанін В. С. Інтеграція аграрної освіти, науки та виробництва (на прикладі Миколаївського державного аграрного університету) / В. С. Шебанін // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 125 – 127.
187. Шлафман Н. Л. Адаптивні заходи регуляторного впливу на підприємницьку діяльність в умовах реалізації державно-приватного партнерства / Н. Л. Шлафман, Я. П. Квач, В. В. Коваль // Вісник соціально-економічних досліджень . – 2013 . – № 1(48) . – С. 391 – 396.
188. Шумпетер Й. Капіталізм, соціалізм і демократія / Й. Шумпетер [пер. с англ.] – К., 1995. – 528 с.
189. Шумпетер И. Теория экономического развития / Шумпетер И. – М. : Прогресс, 1982. – 453 с.
190. Щекович О. С. Стратегія економічного розвитку в контексті державного регулювання аграрної сфери / О.С. Щекович //Агроінком, 2012. – № 7– 9. –С. 36–39.
191. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика. / Юданов А. Ю. – М.: ГНОМ и Д, 2001. – 304 с.
192. Юрківський В. М. Регіональна економічна і соціальна географія. Зарубіжні країни : Підручник. – [2-ге вид/] – К. : Либідь, 2001. – 416 с.
193. Янсен Ф. Эпоха инноваций / Ф. Янсен. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 216 с.

194. Яворова Г.В. Ринок ріпакового насіння та олії: тенденції і перспективи / Г. В. Яворова // Економіка АПК. – 2009. – №2. – С. 121 – 124.
195. Amsden. Alice H. The market meets its match: restructuring the economies of Eastern Europe. – London : Cambridge, 1994. – 250 p.
196. Arrow, K. Economic welfare and the allocation of resources for invention. The rate and direction of inventive activity / K. Arrow, R. Nelson (Ed.). Princeton: Princeton University Press, 1962. – P. 609–629.
197. Carlsson, B. On the nature and composition of technological systems / B. Carisson, Stan-kiewicz. – London: Journal of Evolutionary Economics, 1991. –P. 93–118.
198. Edgeworth F. Y. Papers relating to political economy 3 vols. Available online at [Gallica](#), 1925.
199. Freeman, C. Networks of Innovators: a synthesis of research issues. The Economics of Hope / C. Freeman (Ed.). – London : Pinter, 1992. –120 p.
200. Jevons, W. Stanley The Principles of Political Economy, 1871. p. 4.: Rowman and Littefitld Publishers, 1987. – 280 p.
201. Wezel T. Determinants of Foreign Direct Investment in Emerging Markets: An Emerging Study of FDI Flows from Germany and its Banking Sector. – Frankfurt am Main [u.a]: Lang, 2005. – 189 p.
202. Tomorrow's agriculture: incentives, institutions, infrastructure and innovations : proceedings of the twenty-fourth International conference of agricultural economists, held at Berlin, Germany, 13-18 August 2000 / Intern. assoc. of agr. economists, Univ. of Oxford. – [Aldershot (Hants, England)] : Ashgate, 2001. – XXXVI, 844 p.
203. Tarasyuk H. State of Stock-Breeding in Ukraine / Tatyana Mostenska, Halina Tarasyuk, Ludmila Shapran : monograph. «Competitiveness of the agri-food sector and sustainable development of rural areas» // Scient. editors T. Mostenska, A. Kowalsky, B. Chmielevska.- Kyiv: NUFT, NRI-IAFE, CSR, 2011. – 280 p. – P. 220-235.

204. Zegar J. S. Conditions of the new agricultural economics / J. S. Zegar // Zagadn. Ekon. roln. – 2007. – № 4. – P. 5–27.
205. Інтернет сайт АПК-інформ [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.apk-inform.com/>
206. Інтернет-сайт Київ Пост [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.kyivpost.ua>
207. Інтернет-сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс].- Режим доступу: [http:// www.minagro.gov.ua](http://www.minagro.gov.ua).
208. Інтернет-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс].- Режим доступу: [http:// www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
209. Інтернет-сайт асоціації «Укроліяпром»[Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukroilprom.org.ua>
210. Інтернет-сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс].- Режим доступу: [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
211. Інтернет-сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс].- Режим доступу: [http:// www.sfs.gov.ua/ms/](http://www.sfs.gov.ua/ms/)
212. Інтернет-сайт Агентства США з міжнародного розвитку [Електронний ресурс].- Режим доступу: [http:// www.usiad.gov](http://www.usiad.gov).
213. Інтернет-сайт продовольчої та сільськогосподарської організації ООН [Електронний ресурс].- Режим доступу: [http:// www.fao.org](http://www.fao.org)
214. Інтернет-сайт Міністерства сільського господарства США [Електронний ресурс].- Режим доступу: [http:// www.usda.gov](http://www.usda.gov)

ДОДАТКИ

Додаток А

Наукові підходи до визначення теоретичної сутності
конкурентоспроможності

Роки	Автори	Визначення сутності конкурентоспроможності
1760	Адам Сміт	Конкуренція – це механізм, що примушує слідувати вказівкам «невидимої руки». Розроблено теорію абсолютних переваг, згідно якою країна є експортером продукції, якщо витрати на її виготовлення є нижчими, ніж в інших країнах.
1823	Давид Рікардо	Автор концепції порівняльних переваг, згідно з якою ринкові сили спрямують ресурси країни туди, де вони можуть бути застосовані найбільш продуктивно. Це означає, що країна може імпортувати який-небудь товар навіть за умов наявних можливостей виробляти його самостійно і з невисокими затратами, якщо інші товари вона виробляє з більш високим рівнем ефективності. Рікардо вважав, що в основі торгівлі лежать відмінності в продуктивності праці різних країн. Цю різницю він відносив на рахунок відмінностей у кліматі, навколишньому середовищі, що сприяють розвитку тих чи інших галузей.
1950	Р. Дорнбуш, С. Фішер, П. Самуельсон	Створили сучасні варіанти теорії Рікардо. Вони виходять з одного чинника – праці, вважаючи, що країни різняться тим, яку кількість праці необхідно затратити на виготовлення товару.
1960	Є. Хекшер і Б. Олін	Всі країни мають приблизно однакову технологію, але в різній мірі наділені такими факторами виробництва, як земля, робоча сила, природні ресурси та капітал. Країна отримує порівняльні переваги в тих галузях, де використовуються фактори, наявні в достатній кількості. Тому, продукція цих галузей експортується, а імпортуються ті товари, у виробництві яких країна відчуває нестачу факторів.
1980	А. Томпсон, А. Стрікленд	Описали використання наступальних стратегій для збереження конкурентних переваг.
1990	М. Портер	Сформулював детермінанти конкурентоспроможності, що

		відображені в так званому ромбі конкурентоспроможності: стратегія фірм, їх структура і суперництво, фактори, попит, спорідненні й підтримуючі галузі; визначив стадії конкурентоспроможності на рівні держави.
1996	Жан-Жак Ланбен	Рекомендував визначати конкурентоспроможність фірми через аналіз реакції конкурентів на дії пріоритетного конкурента, йому належить пріоритет стратегічного маркетингу.
1997	Ф.Котлер	Сформулював управління конкурентоспроможністю товару на принципах маркетингу.
2000	П. Друкер	У ХХІ столітті головним чинником конкурентоспроможності буде продуктивність працівників розумової праці.

Додаток Б



Рис. 1. Систематизація факторів конкурентоспроможності з позицій економічної надійності потенційних можливостей досягнення

Додаток В.1

Посівні площі соняшнику, тис.га.

Роки	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Україна	1626,3	2007,6	2841,6	3689,1	4525,8	5081,7	5090,1
АР Крим	48	54,1	70	35,9	26,5	69,2	83,8
<i>області</i>							
Вінницька	34,3	53,1	51,7	78,7	163,3	157,4	166,7
Волинська	0	0	0	0,2	0,2	2,9	1,9
Дніпропетровська	194,9	218,9	344,3	474,7	559,4	533,2	515,8
Донецька	156,6	202,7	317,6	331,3	429,3	454	445,1
Житомирська	0,1	0,5	0,7	4,8	17,5	47,2	49,9
Закарпатська	0,9	1,8	1	2,1	2	3,7	7,1
Запорізька	190,6	251,6	348,2	520,2	571,2	595,1	552,6
Івано-Франківська	0	0,3	0,6	0,7	3,6	7,9	8,4
Київська	4,8	8	21,7	34,6	66,2	86,2	108,2
Кіровоградська	148,7	165,8	238,6	367,6	417,4	481,6	507,1
Луганська	141,6	160,3	228,9	271,1	362,8	362,1	365,9
Львівська	-	0	-	0,2	0,1	2,6	8,1
Миколаївська	144,3	192,8	235,1	355,4	396,6	467,7	437,5
Одеська	168,0	199,1	265,8	292,9	227,4	393,7	380,5
Полтавська	86,1	109,8	158,2	186,9	236,7	241,5	250,3
Рівненська	0	0,1	0,1	0,2	2,6	6,5	1,9
Сумська	16,8	29,4	41,6	29	85,5	134,6	161,5
Тернопільська	0	0,1	1,5	1,2	10,8	12,2	13,4
Харківська	141,0	159,3	237,8	274	434,7	386,6	391,5
Херсонська	109,5	136,7	177,6	281	294,1	354,7	296,1
Хмельницька	0,4	1,1	4,2	5	27,6	40,1	40,7
Черкаська	37,9	55,7	80	121,2	145,2	139,9	156,5
Чернівецька	0,5	4,3	6,5	9,3	6,1	8	7,5
Чернігівська	1,3	2,1	9,9	10,9	39	93,1	132,1

Додаток В.2

Виробництво соняшнику, тис.т.

Роки	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Україна	2570,8	2859,9	3457,4	4706,1	6771,5	8387,1	11051
АР Крим	43,2	37,4	37,8	26,4	36,2	73,7	109,3
<i>області</i>							
Вінницька	66,8	69,3	67,3	86,6	274,7	346,6	507,4
Волинська	0	0	0	0,2	0,2	2,6	1,8
Дніпропетровська	310,1	390,4	451,8	612,9	855,5	802,9	1172,8
Донецька	302	361,2	462,4	472,5	591,9	741,8	778,2
Житомирська	0,2	0,4	0,6	5,6	26,9	92	104,1
Закарпатська	1,4	2	1,2	2,3	2 3	6,5	9,7
Запорізька	284,2	354,3	444,2	734,7	758,2	750,1	921,3
Івано-Франківська	0	0,3	0,6	0,6	4,9	15,6	20
Київська	5,6	7,8	25,4	47,3	121,7	210	297,1
Кіровоградська	252,8	239	304,6	525,3	713,4	908,1	1229,1
Луганська	218,8	257,8	237,6	312,3	382,4	558,4	639,5
Львівська	-	0	-	0,3	0,2	4,8	18,5
Миколаївська	220,4	218,4	250,5	426,8	586,1	692,6	939,9
Одеська	235,7	194,8	310,8	339,7	328	480,9	777,2
Полтавська	174,3	185,5	201,4	287,6	465,4	552,7	729,5
Рівненська	0	0,1	0,1	0,4	3	7,9	4,1
Сумська	26,8	38,7	40,2	27,4	129	290,7	418,9
Тернопільська	0	0,1	0,9	1,4	13,3	23,1	29,9
Харківська	247,9	292,8	342,4	300,5	703,1	878,8	1117,8
Херсонська	95,6	114,8	154,7	288,6	360,5	296,1	356,9
Хмельницька	0,4	0,9	2,7	3,4	42,4	73,3	77,1
Черкаська	81,5	85,5	107,3	181,4	303,2	373	487,2
Чернівецька	0,9	6	6,2	9,6	8	15,5	16,8
Чернігівська	2,2	2,4	6,7	12,3	61	189,4	286,4

Додаток В.3

Урожайність соняшнику, цнт. га.

Роки	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Україна	15,8	14,2	12,2	12,8	15	16,5	21,7
АР Крим	9	6,9	5,4	7,4	13,7	10,6	13,1
<i>області</i>							
Вінницька	19,5	13	13	11	16,8	22	30,4
Волинська	9	9	9	13,7	10,4	9,1	9,2
Дніпропетровська	15,9	17,8	13,1	12,9	15,3	15,1	22,7
Донецька	19,3	17,8	14,6	14,3	13,8	16,3	17,5
Житомирська	16,1	8,2	8,6	11,4	15,4	19,5	20,9
Закарпатська	14,5	11,4	12,1	11,2	11,1	17,7	13,7
Запорізька	14,9	14,1	12,8	14,1	13,3	12,6	16,7
Івано-Франківська	5,4	11,6	9,6	8,5	13,9	19,7	23,8
Київська	11,6	9,7	11,7	13,7	18,4	24,4	27,4
Кіровоградська	17	14,4	12,8	14,3	17,1	18,9	24,2
Луганська	15,5	16,1	10,4	11,5	10,5	15,4	17,5
Львівська	-	13	-	17,2	16,8	18,6	22,7
Миколаївська	15,3	11,3	10,7	12	14,8	14,8	21,5
Одеська	14	9,8	11,7	11,6	14,4	12,2	20,4
Полтавська	20,3	16,9	12,7	15,4	19,7	22,9	29,2
Рівненська	11,7	10,4	4,8	25,7	11,3	12	21,1
Сумська	16	13,2	9,7	9,5	15,1	21,6	25,9
Тернопільська	20,3	16,3	6,4	11,3	12,3	19	22,3
Харківська	17,6	18,4	14,4	11	16,2	22,7	28,6
Херсонська	8,7	8,4	8,7	10,3	12,3	8,3	12,1
Хмельницька	9	8	6,4	6,8	15,3	18,3	18,9
Черкаська	21,5	15,3	13,4	15	20,9	26,7	31,1
Чернівецька	17,5	14	9,4	10,4	13,1	19,4	22,2
Чернігівська	17,6	11	6,7	11,2	15,7	20,3	21,7

Додаток Г.1

Площі посіву сої, тис. га.

Роки	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Україна	87,8	23	60,6	421,7	1036,6	1412,4	1351
АР Крим	10,2	1,4	1,8	5,3	11,8	17,3	13,9
<i>області</i>							
Вінницька	1,6	0,7	4,7	19,5	86,9	133,4	114,7
Волинська	-	-	0	0,2	8,3	18,3	22,7
Дніпропетровська	7,9	2,6	2,8	29,9	18,1	13,9	4,7
Донецька	2,1	1,8	1,4	6,5	1,1	2,3	0,8
Житомирська	0	0,1	0,1	3,8	37,8	65,6	77,9
Закарпатська	0,7	0	0	0	0,1	1,4	0,6
Запорізька	6,4	1,7	1,6	8,3	8,3	8,7	7,2
Івано-Франківська	0,1	0,1	0	0,3	2,3	6,6	7,7
Київська	1,2	2,5	2	21,9	114,6	135,6	146
Кіровоградська	1,9	0,6	3,1	62,3	112,9	158,2	124
Луганська	0,4	0,2	0,6	0,5	0,7	1	0,7
Львівська	0,1	0	-	0,4	3,1	9,3	15,6
Миколаївська	8,7	1,1	5	25,1	17,9	31,3	15,2
Одеська	8,5	4,4	2,4	9,3	4,8	8,6	6,4
Полтавська	9,8	0,7	10,1	89,7	170	183,2	163,9
Рівненська	0,1	0	-	0,1	17,5	21,7	34,9
Сумська	1,3	0,2	0,8	6,7	49,6	64,1	63,9
Тернопільська	0,2	0	0,1	0,5	24,5	37,7	49,9
Харківська	9,2	0,7	1,3	15,3	54,9	54,1	36,9
Херсонська	10,4	3,3	16,6	66	86,7	100,7	87,4
Хмельницька	0,2	0,1	0,4	2,4	71,4	140,6	162,1
Черкаська	3,8	0,7	5,2	38,7	78,6	111,4	98
Чернівецька	2,8	0,1	0,3	5,7	32,9	47,4	47,5
Чернігівська	0,2	0	0,3	3,3	21,8	40	48,4

Додаток Г.2

Виробництво сої, тис. т.

Роки	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Україна	99,3	22,3	64,4	612,6	1680,2	2410,2	2774,3
АР Крим	17,1	1,9	2,0	12,8	34,0	37,4	33,6
<i>області</i>							
Вінницька	1,5	0,6	4,7	23,2	158,3	198,2	229,3
Волинська	-	-	0,0	0,3	17,0	37,7	42,7
Дніпропетровська	6,2	2,7	2,6	34,3	19,2	11,3	6,2
/Донецька	1,7	1,3	0,9	4,8	0,5	1,5	0,5
Житомирська	0,0	0,1	0,1	4,9	66,2	139,9	161,3
Закарпатська	0,7	0,0	0,0	0,0	0,1	1,5	0,5
Запорізька	6,3	1,1	1,4	9,8	18,7	15,8	20,5
Івано-Франківська	0,1	0,1	0,0	0,3	3,7	12,7	16,1
Київська	1,5	2,6	2,6	32,4	171,5	265,5	301,2
Кіровоградська	2,0	0,5	2,0	78,8	154,3	194,7	189,7
Луганська	0,2	0,1	0,6	0,5	0,4	0,7	0,8
Львівська	0,0	0,0	-	0,4	4,4	17,4	27,4
Миколаївська	9,2	0,8	2,4	26,1	27,2	26,9	23,0
Одеська	8,9	3,4	2,2	10,0	5,9	5,3	10,1
Полтавська	10,8	1,0	11,7	131,6	222,7	258,5	305,7
Рівненська	0,1	0,0	-	0,1	23,5	40,4	67,0
Сумська	1,2	0,3	0,8	8,5	43,4	88,7	118,9
Тернопільська	0,1	0,0	0,1	0,4	41,4	77,0	101,3
Харківська	7,9	0,7	0,8	15,1	56,4	63,6	46,0
Херсонська	16,0	3,9	22,0	152,2	259,8	269,7	300,6
Хмельницька	0,2	0,1	0,4	2,7	138,9	302,2	387,2
Черкаська	3,9	1,0	6,5	50,9	111,3	194,1	189,3
Чернівецька	3,6	0,1	0,3	8,4	77,8	82,1	111,6
Чернігівська	0,1	0	0,3	4,1	23,6	67,4	83,8

Додаток Г.3

Урожайність сої, цнт. га.

Роки	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Україна	11,3	9,7	10,6	14,5	16,2	17,1	20,5
АР Крим <i>області</i>	16,8	13,9	11	24,1	28,7	21,6	24,2
Вінницька	9,3	7,8	10,1	11,9	18,2	14,9	20
Волинська	-	-	3	14,1	20,5	20,7	18,8
Дніпропетровська	7,9	10,1	9,4	11,5	10,6	8,1	13,4
Донецька	8,2	7	6,4	7,3	4,3	6,8	6,2
Житомирська	5,4	12,6	10,2	13	17,5	21,3	20,7
Закарпатська	10,1	8	9,2	10,9	4,5	10,4	9,1
Запорізька	9,8	6,7	8,9	11,8	22,3	18,2	28,3
Івано-Франківська	9,1	10,7	8	9,2	16,2	19,4	21
Київська	12,5	10,4	13,3	14,8	15	19,6	20,6
Кіровоградська	10,3	8,6	6,4	12,6	13,7	12,3	15,3
Луганська	4,2	6,1	9,8	11,2	5,6	6,3	10,2
Львівська	9,6	8,7	-	10,2	14,2	18,8	17,6
Миколаївська	10,6	6,9	4,8	10,4	15,2	8,6	15,1
Одеська	10,5	7,7	9,1	10,7	12,2	6,1	15,7
Полтавська	11	14,8	11,6	14,7	13,1	14,1	18,7
Рівненська	7	7,7	-	13,7	13,5	18,6	19,2
Сумська	9,1	16,2	10,9	12,6	8,7	13,8	18,6
Тернопільська	5,8	13,8	11,9	7	16,9	20,4	20,3
Харківська	8,6	10,3	6,2	9,8	10,3	11,8	12,5
Херсонська	15,3	11,6	13,2	23,1	29,9	26,8	34,4
Хмельницька	8,6	9,9	10	11,6	19,5	21,5	23,9
Черкаська	10,4	14,9	12,6	13,1	14,2	17,4	19,3
Чернівецька	12,7	8,3	9,1	14,7	23,7	17,3	23,5
Чернігівська	6	2,6	10,1	12,4	10,8	16,8	17,3

Додаток Д.1
Посівні площі ріпаку, тис. га.

Роки	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Україна	89,6	46,9	156,7	195,2	862,5	547	996,1
АР Крим	1,5	1,2	2,8	5,9	17,5	6,2	8,4
<i>області</i>							
Вінницька	6,9	4,5	27,9	14,9	44	52,6	91
Волинська	6,8	2	4	3,1	15,9	17,4	25,7
Дніпропетровська	0,6	0	2,4	4,6	27,6	18,6	77,8
Донецька	0,0	0,2	0,5	0,2	4,3	0,9	6,5
Житомирська	3,4	1,7	5,4	3,2	14,2	24,4	27,1
Закарпатська	14,0	0,7	0,9	0,1	0,4	0,6	0,6
Запорізька	0,3	0,4	5,5	4,6	34	8,3	38,8
Івано-Франківська	3,9	01.янів	6,1	2,3	10	20,8	25,6
Київська	5,2	2,8	6,1	12,8	15,6	32,9	46,7
Кіровоградська	0,1	0,1	4,4	7,7	72,6	23,1	52,3
Луганська	0,0	-	0,1	1,1	4	1,6	1,4
Львівська	11,3	2,8	13,9	8,7	42,3	45,7	55,9
Миколаївська	0,3	0,1	3,3	4,7	72,3	11,8	50,7
Одеська	0,3	0,3	6,4	18	176,4	26,6	95,5
Полтавська	0,5	0,3	5,1	7,2	8,5	9,2	18,9
Рівненська	7,4	1,7	7,2	7,4	22,1	25,9	22
Сумська	7,8	4,9	2,4	8,3	27,8	25,5	37,4
Тернопільська	9,1	7,9	14,8	18	52,7	43,9	59,8
Харківська	0,3	-	1,1	3,7	1,6	8,6	14,4
Херсонська	1,8	3,8	8,9	10,4	74	10,8	58,7
Хмельницька	10,4	5,2	10,6	19,3	50,1	48,2	64,7
Черкаська	1,1	1,3	4,7	18,2	41,1	42	58,9
Чернівецька	1,3	0,3	4,5	1,1	7,2	7,7	12,8
Чернігівська	8,2	2,9	7,7	9,7	26,3	33,7	44,5

Додаток Д.2

Виробництво ріпаку, тис. т.

Роки	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Україна	130,2	39,8	131,8	284,8	1469,7	1204,4	2351,7
АР Крим	2,8	0,9	1,9	9,2	22	8,3	16,4
області							
Вінницька	11,6	3,7	25,6	20,3	78,8	115,3	245,3
Волинська	8,5	1,6	3,2	5,9	37,6	49	76,9
Дніпропетровська	0,8	0	1,3	8,1	49,6	24,6	161,4
Донецька	0	0,1	0,2	0,1	7,3	0,7	14,2
Житомирська	3,8	0,8	3	3,3	20,3	55,2	64,5
Закарпатська	2	0,8	0,7	0	0,5	1,4	1,7
Запорізька	0,4	0,2	3	4,8	54,9	10,5	71,7
Івано-Франківська	7,1	2,5	8	2,8	16,2	50,9	64,6
Київська	9,2	2,5	6,1	21,3	20,9	87,5	115,3
Кіровоградська	0,1	0,1	3,3	15	123	42,7	126
Луганська	0	-	0	1,7	4	2	1,9
Львівська	21,4	3,3	14,2	11,4	97,2	122,4	153,7
Миколаївська	0,5	0,2	1,2	7,5	120,9	14,8	97,2
Одеська	0,4	0,4	5,2	21,9	271,1	34,9	196
Полтавська	0,6	0,1	3,2	11,5	15,7	21,5	48,6
Рівненська	9,3	1,6	6,3	16,7	41	60,4	64,2
Сумська	10	2,8	1,6	8,9	45,2	52,7	70
Тернопільська	12,7	8,3	10,9	24,5	95,5	103,4	156,2
Харківська	0,2	-	0,9	3,9	1,9	13,7	31,5
Херсонська	2,4	2,4	7,1	13,3	117,1	10,8	99,8
Хмельницька	12,9	4,8	12,4	26	93,6	108,1	177,6
Черкаська	1,5	1,2	4	34,9	80,1	123	175,7
Чернівецька	2,2	0,4	3,7	1,3	10,7	16,2	29,9
Чернігівська	9,8	1,1	4,8	10,5	44,6	74,4	91,4

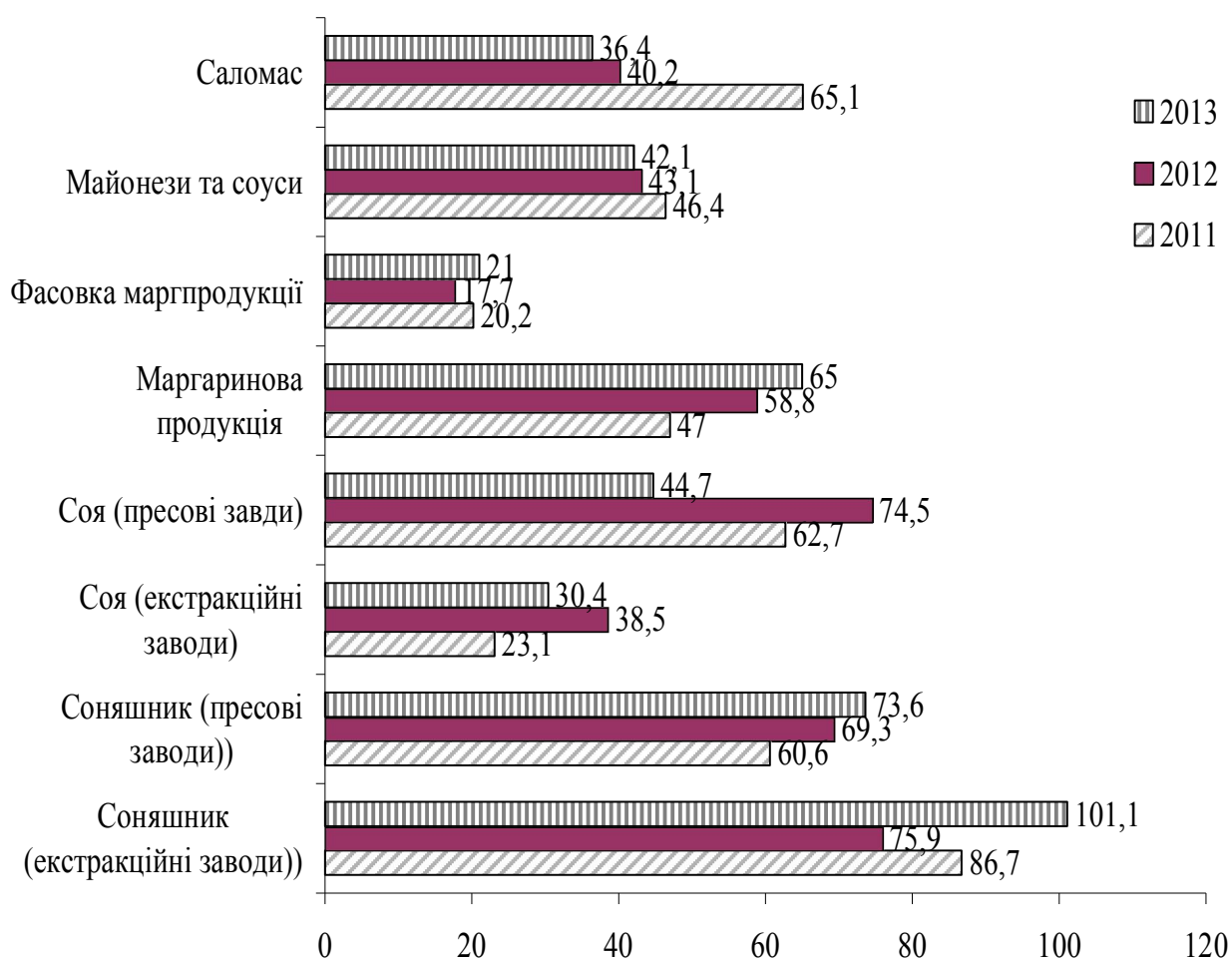
Додаток Д.3

Урожайність ріпаку, цнт. га.

Роки	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Україна	14,5	8,5	8,4	14,6	17	22	23,6
АР Крим	18,4	7	6,6	15,4	12,5	13,4	19,4
<i>області</i>							
Вінницька	16,9	8,3	9,2	13,6	17,9	21,9	27
Волинська	12,1	8,3	7,9	19,3	23,7	28,1	30
Дніпропетровська	13,6	12,4	5,5	17,7	17,9	13,3	20,7
Донецька	10,4	1,9	3,1	8,6	17	8	21,9
Житомирська	11,3	5	5,7	10,3	14,3	22,6	23,8
Закарпатська	18,4	11	7,7	6,4	12,6	25,6	27,8
Запорізька	12,7	5,5	5,4	10,2	16,1	12,7	18,5
Івано-Франківська	18,2	14	13,1	12	16,2	24,4	25,2
Київська	18	9	10	16,6	13,5	26,6	24,7
Кіровоградська	10	12,2	7,5	19,4	17	18,5	24,1
Луганська	9,8	-	2,1	15,8	10	12,8	13,6
Львівська	19	11,6	10,2	13,2	23	26,8	27,5
Миколаївська	14,5	25,3	3,9	16	16,7	12,5	19,2
Одеська	12,3	12,4	8,1	12,2	15,4	13,1	20,5
Полтавська	12,9	4,7	6,3	16	18,3	23,4	25,8
Рівненська	12,6	9,6	8,7	22,6	18,6	23,3	29,2
Сумська	13	5,7	6,8	10,7	16,2	20,6	18,7
Тернопільська	14	10,4	7,4	13,6	18,1	23,5	26,1
Харківська	4,9	-	8,6	10,3	11,5	16	21,9
Херсонська	13,2	6,3	8	12,8	15,8	10	17
Хмельницька	12,4	9,2	11,7	13,4	18,7	22,4	27,5
Черкаська	14,5	9,5	8,6	19,2	19,5	29,3	29,8
Чернівецька	16,2	12,6	8,1	12,2	14,8	21,1	23,3
Чернігівська	12	3,9	6,2	10,8	17	22,1	20,5

Додаток Е

Використання потужностей олійно-жирових підприємств, %



Додаток Ж
Загальна характеристика виробничих потужностей олійнодобувних
виробництв (станом на 01.03.2014 р.)

Перелік підприємств	Середньо - добова нормативна потужність, тонн	Фонд робочого часу, діб на рік	Середньо - річна потужність, тис. тонн
<u>Переробка насіння соняшнику _Екстракційні заводи</u>			
1. Пологівський ОЕЗ	1500	313	469,5
2. Запорізький ОЖК	2500	313	782,5
3. Дніпропетровський ОЕЗ	1325	313	414,7
4. Вінницький ОЖК	2800	313	876,0
5. Вовчанський ОЕЗ	1000	313	313,0
6. «Сватівська олія» (м. Сватове)	430	315	135,4
7. «ПОЕЗ – Кернел Груп» (м. Полтава)	1300	313	406,9
8. «Кіровоградолія» (м. Кіровоград)	1300	313	406,9
9. Чернівецький ОЖК	430	315	135,4
10. Приколотнянський ОЕЗ	600	315	189,0
11. ТК «Урожай» (виробничий майданчик № 9, м. Слов'янськ)	800	313	250,4
12. Мелітопольський ОЕЗ	250	320	80,0
13. «Каргілл» (м. Донецьк)	1900	313	594,7
14. «Каховський ОЕЗ» (Каргілл)	1400	313	438,2
15. Іллічівський ОЕЗ	700	315	220,5
16. «Колос» (сmt. Пересічне)	850	313	266,0
17. «Креатив» (м. Кіровоград)	2700	313	845,0
18. «Українська Чорноморська Індустрія» (м. Іллічівськ)	2000	313	626,0
19. Бандурський ОЕЗ	1500	313	469,5
20. «Градолія» (м. Кіровоград)	700	315	220,5
21. «Віктор і К» (Кіровоградська обл.)	400	315	126,0
22. «Сателіт» (м. Маріуполь)	2000	313	626,0
23. «Оліяр» (Львівська обл.)	1200	313	375,6
24. «Дельта Вилмар СНГ» (Одеська обл. введений в січні 2014 р.)	1200	313	375,6
25. «Троїцький міжгосподарський комбікормовий завод» (Луганська обл.)	600	315	189,0
26. «Миколаївський ОЕЗ»	600	315	189,0
РАЗОМ екстракційні заводи	31985		10021,3

Перелік підприємств	Середньо - добова нормативна потужність, тонн	Фонд робочого часу, діб на рік	Середньо - річна потужність, тис. тонн
Пресові заводи (переробка насіння соняшнику)			
27. «Агропроінвест 08» (Запорізька обл.)	600	325	195,0
28. «Екотранс» (м. Миколаїв)	500	325	162,5
29. Міловський ЗРО «Стрілецький степ»	170	325	55,3
30. Ніжинський ЖК	100	325	32,5
31. Миронівський ЗВКК	1200	325	390,0
32. Вінницька птахофабрика	500	325	162,5
33. Катеринопільський елеватор	620	325	201,5
34. «Відродження» (Кіровоградська обл.)	400	325	130,0
35. «Біол Універсал Україна» (Одеська обл.)	250	325	81,2
36. «Наша Олія» (м Харків)	100	325	32,5
37. Зіньковський ККЗ (Укролія, Полтавська обл.)	120	325	32,5
38. «Авіс» (м. Вінниця)	100	325	32,5
39. «Радуга» (Запорізька обл.)	60	325	32,5
40. «Агроком» (Харківська обл.)	100	325	32,5
41. «Рапсо-Дія» (Кіровоградська обл.)	100	325	32,5
42. Верхньосирогозький МПЗ (Херсонська обл.)	100	325	32,5
РАЗОМ пресові заводи	5020		1638,0
ВСЬОГО потужності з переробки соняшнику	37005		11659,3

<u>Переробка насіння сої</u> Екстракційні заводи			
43. Пологівський ОЕЗ	600	315	189,0
44. «Каховка Протеїн Агро» (м. Н. Каховка)	700	315	220,5
45. «Протеїн Продакшн» (м. Кіровоград)	850	313	267,8
46. «Оліяр» (Львівська обл.)	700	315	220,5
47. «Глобінський переробний завод» (Полтавська обл., введений в січні 2014 р.)	700	315	220,5
РАЗОМ екстракційні заводи з переробки сої	3550		1118,3
Пресові заводи(переробка насіння сої)			
48. «Агропроінвест 08» (Запорізька обл.)	300	325	97,5,0
49. Гайсинська філія ДП ЗАТ Теувес Холдинг «Тегра Україна ЛТД»	200	325	65,0
50. «СП Укрсоя» (Миколаївська обл.)	100	325	32,5
51. «Компанія Система» (м. Запоріжжя)	300	325	97,5
52. Зіньковський ККЗ (Укролія, Полт. обл.)	50	325	16,3
53. «Зернопродукт» (Донецька обл.)	100	325	32,5
54. «Славтрейд Агро» (м. Слов'янськ, Донецька обл.)	185	325	60,1
55. «Київ-Атлантик Україна» (м. Київ)	150	325	48,8
56. «Приват-Альянс» (Полтавська обл.)	100	325	32,5
57. «Агро-Антік» (Харківська обл.)	80	325	26,0
58. «Єва – Олеум» (Київська обл.)	50	325	16,3
59. «Таврійська перспектива» (Херсонська обл.)	50	325	16,3
60. «АТК-Днепр» (Запорізька обл.)	50	325	16,3
61. «Венус Україна» (Хмельницька обл.)	72	325	23,4
62. «Агро-Еко ХХІ Плюс» (Хмельницька обл.)	80	325	26,0
63. «Кремікс» (Полтавська обл.)	50	325	16,3
64. «Валента» (Київська обл.)	50	325	16,3
РАЗОМ пресові заводи з переробки сої	1967		542,1
ВСЬОГО потужності з переробки сої	5517		1660,4
УСЬОГО загальні потужності з переробки насіння олійних культур	426122		13319,7

Додаток 3

Джерела надходження олійної сировини

Перелік підприємств	Вироблено олії за 2013 р., тонн	в тому числі із давальницької сировини	
		тонн	%
Пологівський ОЕЗ	142136	45653	32,1
Запорізький ОЖК	214345	214345	100,0
Дніпропетровський ОЕЗ	169618	169618	100,0
Одеський ОЕЗ	5461	5461	100,0
Вінницький ОЖК	169817	168535	99,2
Вовчанський ОЕЗ	82216	82216	100,0
"Сватівська олія" (м. Сватове)	56220	56220	100,0
"ПОЕЗ - Кернел Груп" (м. Полтава)	153727	153727	100,0
"Кіровоградолія" (м. Кіровоград)	156410	148592	95,0
Чернівецький ОЖК	54152	54152	100,0
Приколотнянський ОЕЗ	47440	47440	100,0
ТК "Урожай" (виробничий майданчик № 9, м. Слов'янськ)	72913	47263	64,8
Мелітопольський ОЕЗ	32662	174	0,5
Міловський ЗРО «Стрілецький степ»	10096	10096	100,0
Ніжинський ЖК	7425	84	1,1
«Каховський ОЕЗ» (Каргілл)	144547	0	-
"Каргілл" (м. Донецьк)	221959	221959	100,0
Пересічанський МЗ	53107	53107	100,0
«Колос.» (сmt. Пересічне)*	38250	38250	100,0
РАЗОМ	1832501	1516892	82,8

Додаток И

Показники переробки олійної сировини

Перелік підприємств	Перероблено за 2013 р., тонн	Вихід продукції та відходів, %			Втрати олії у виробництві, %	
		лузга (лушпиння)	оля (сира)	шрот (маку-ха)	за нормою	фактично
НАСІННЯ СОНЯШНИКУ						
Запорізький ОЖК	494335,0	16,23	43,37	39,35	1,14	0,88
Дніпропетровський ОЕЗ	388943,4	14,72	43,61	39,70	0,89	0,86
Вінницький ОЖК	350344,0	15,86	44,78	38,05	1,05	1,02
Вовчанський ОЕЗ	187774,6	16,10	43,78	38,74	1,73	1,28
"ПОЕЗ - Кернел Груп" (м. Полтава)	336636,1	18,36	45,93	36,55	-	1,66
"Кіровоградолія"	348273,5	15,53	44,91	38,56	1,15	1,06
Чернівецький ОЖК	104469,2	16,18	44,20	38,06	-	1,47
Приколотнянський ОЕЗ	113986,0	19,97	41,62	37,38	1,30	1,13
ТК "Урожай" (виробничий майданчик № 9, м. Слов'янськ)	173478,7	16,13	42,03	40,77	-	1,28
Мелітопольський ОЕЗ	69396,8	16,47	41,20	40,29	1,60	1,37
Ніжинський ЖК	14758,9	16,89	40,37	38,24	3,71	3,71
Міловський ЗРО "Стрілецький степ"	26865,8	20,46	37,58	40,22	4,05	4,05
"Каховський ОЕЗ" (Каргілл)	343227,0	14,02	42,11	43,61	-	0,26
Пересічанський МЗ*	122010,1	14,54	43,53	40,06	-	0,74
«Колос.» (сmt. Пересічне)	84599,5	13,65	45,22	38,75	-	0,88
РАЗОМ	3159098,6	15,94	43,72	39,29	1,22	1,05
НАСІННЯ РІПАКУ						
Ніжинський ЖК	3238,6	-	40,95	54,94	3,91	3,91
Вінницький ОЖК	31969,0	-	40,47	58,01	-	1,54
Чернівецький ОЖК	19058,9	-	41,84	54,16	-	1,11
РАЗОМ	54266,5	-	40,98	56,47	3,91	1,53
НАСІННЯ ЛЬОНУ						
Ніжинський ЖК	384,2	-	36,73	57,96	3,90	3,90
НАСІННЯ СОЇ						
Запорізький ОЖК	5070,0	3,19	19,79	73,41	1,14	0,89

Додаток К.1

Ціновий моніторинг на олійне насіння та продукти його переробки
Динаміка цін насіння соняшнику

грн/т

Період	Закупівельні ціни на насіння соняшнику (пропозиція, EXW)							
	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
січень	1030	1150	4200	1630	3200	4425	3710	4885
лютий	1050	1230	4500	2025	3100	4900	4030	5080
березень	1085	1240	4400	2075	3135	4870	4150	5050
квітень	1185	1350	4400	2200	2910	4900	4290	5000
травень	1260	1680	4400	2340	2850	5050	4360	4950
червень	1260	1900	4200	2350	2760	5100	4050	5000
липень	1220	2200	3425	2100	2970	5100	4050	4800
серпень	1320	2300	2800	2275	3400	5000	4200	3500
вересень	1250	2550	1000	2240	3680	3760	4500	3400
жовтень	1050	2800	1100	2475	4400	3250	4550	3300
листопад	1200	3050	1200	2810	4375	3600	4640	3400
грудень	1170	3250	1300	3075	4400	3650	4970	3400

Додаток К.2

Динаміка цін на олію соняшникову

грн/т

Період	Відпускні ціни підприємств на олію соняшникову нерафіновану (франко-склад), EXW							
	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
січень	2750	3300	9300	5200	7085	11120	9700	10330
лютий	2720	3300	9800	5760	6915	11300	9780	10290
березень	2775	3300	9700	5525	6700	11075	9900	10215
квітень	3010	3420	9300	5620	6450	10900	9920	10060
травень	3200	4100	9300	6090	6440	11000	10070	10100
червень	3250	4500	9200	6100	6360	11590	9730	10200
липень	3200	4850	7500	5580	6910	11890	9650	10075
серпень	3240	5500	6490	6300	7770	11905	9990	9200
вересень	3400	6150	5440	6380	8510	10455	10380	7800
жовтень	3050	7200	4600	6340	9660	9220	9875	7700
листопад	3220	7250	4200	6725	10590	9520	10030	7950
грудень	3350	7300	4100	7125	10800	9430	10280	7850

Додаток К.3
Динаміка цін на шрот соняшниковий

грн/т

Період	Відпускні ціни підприємств на шрот (франко-склад), EXW							
	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
січень	440	480	1450	570	1650	2090	1215	2950
лютий	430	540	1500	1085	1815	2155	1150	2850
березень	430	520	1850	1180	1716	2200	1210	2700
квітень	440	670	2000	1030	1625	2100	1385	2650
травень	450	720	2000	995	1575	2075	1740	2900
червень	460	860	1950	1165	1475	2195	1825	3000
липень	460	950	1850	1275	1470	2225	1800	3100
серпень	460	1050	1655	1256	1755	2275	2145	2700
вересень	530	1250	1200	1270	2015	2020	2590	2150
жовтень	500	1330	720	1165	2165	1570	2750	2050
листопад	490	1330	500	1220	2175	1625	2650	1875
грудень	520	1350	390	1400	2180	1270	2800	1900

Додаток К.4
Динаміка цін на насіння сої в Україні

Період	Ціна на насіння сої (попит, EXW, грн/т)							
	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
січень	1160	1270	3000	2370	3635	3350	3130	4300
лютий	1225	1300	3300	3050	3575	3880	3410	4450
березень	1293	1450	3500	3050	3270	3800	3640	4450
квітень	1400	1520	3400	3140	2750	3900	4000	4450
травень	1450	1580	3400	3465	2650	3950	4050	4600
червень	1450	1670	3400	3900	2430	4060	3920	5175
липень	1430	1700	3200	4700	2250	4085	3900	5700
серпень	1430	1750	3150	4550	2800	4715	4390	5600
вересень	1250	1900	2500	2930	2960	3740	4550	3800
жовтень	1220	2350	1800	3125	3200	2960	4380	3800
листопад	1230	2400	1400	3475	3215	3150	4300	3900
грудень	1250	2420	1700	3545	3100	3050	4250	4200

Додаток К.5

Динаміка цін на олію соєву в Україні

Період	Ціна на олію соєву (пропозиція, EXW, грн/т)							
	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
січень	2500	3150	8500	4500	7000	8925	8930	9100
лютий	2500	3150	9000	5000	6715	10360	8750	9100
березень	2500	3150	8900	5000	6330	10030	8850	8700
квітень	2700	3200	8250	5060	6000	9800	9100	8500
травень	2950	3750	8000	5600	5950	10000	9300	8700
червень	3050	4000	8000	6040	6020	10270	8920	8450
липень	3050	4650	7670	5620	6300	10300	8800	8300
серпень	3100	5300	6780	5950	7475	10800	9500	8000
вересень	3210	5350	5350	5940	7780	9900	9570	7300
жовтень	3000	6200	4250	5990	8475	8460	9170	7200
листопад	3000	6400	3450	6250	8725	9075	8890	7200
грудень	3100	6400	3500	6750	8700	9200	8900	7200

Додаток К.6

Динаміка цін на шрот соєвий в Україні

Період	Ціна на шрот соєвий (пропозиція, EXW, грн/т)							
	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
січень	1630	1950	3400	4100	4480	4150	4500	5600
лютий	1630	1950	3400	4475	4475	4925	4600	5700
березень	1650	1950	3650	4310	4400	5200	4600	5800
квітень	1650	1950	3600	4275	4275	5200	4750	5900
травень	1650	2000	3550	4590	4140	5200	4850	5900
червень	1650	2050	3400	5290	4040	5240	4850	6450
липень	1700	2150	3400	6100	3935	5300	4850	6900
серпень	1700	2300	3400	6390	4075	5300	5275	7000
вересень	1820	2300	3350	5750	4080	5320	5700	6000
жовтень	1850	2850	3300	4815	4140	4625	5800	5800
листопад	1850	2900	3260	4400	4200	4525	5720	5500
грудень	1850	2900	3400	4450	4165	4500	5600	5500

Додаток К.7
Динаміка цін на насіння ріпаку в Україні

Період	Ціна на насіння ріпаку продовольчого (EXW, грн/т)				Ціна на насіння ріпаку технічного (EXW, грн/т)			
	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік
січень	2900	4550	3950	4350	2800	4450	3850	4300
лютий	2900	4850	4040	4450	2800	4750	3940	4350
березень	2940	про- пози- цій немає	4260	4500	2840	про- пози- цій немає	4160	4400
квітень	3000		4350	4400	2900		4250	4350
травень	пропо- зицій немає		4320	4400	пропо- зицій немає		4220	4350
червень	2600	4850	4300	4350	2500	4750	4200	4300
липень	3185	4870	4500	3600	3115	4770	4350	3500
серпень	3590	4625	4400	3300	3490	4525	4310	3200
вересень	3620	4460	4400	3450	3520	4360	4350	3350
жовтень	3965	4140	4450	3550	3865	4040	4400	3450
листопад	4075	4215	4420	3600	3975	4115	4370	3500
грудень	4165	4050	4380	3700	4065	3950	4330	3600

Додаток Л.1

Виробництво нерафінованої олії по підприємствах

Перелік підприємств	2012 р., тонн	2013 р., тонн	Зміни, %
Пологівський ОЕЗ	172319	142136	82,5
Запорізький ОЖК	333238	214345	64,3
Дніпропетровський ОЕЗ	201196	169618	84,3
Одеський ОЕЗ	80284	5461	6,8
Вінницький ОЖК	138822	169817	122,3
Вовчанський ОЕЗ	149834	82216	54,9
"Сватівська олія" (м. Сватове)	55754	56220	100,8
"ПОЕЗ - Кернел Груп" (м. Полтава)	194754	153727	78,9
"Кіровоградолія" (м. Кіровоград)	197000	156410	79,4
Чернівецький ОЖК	59245	54152	91,4
Приколотнянський ОЕЗ	70581	47440	67,2
ТК "Урожай" (виробничий майданчик № 9, м. Слов'янськ)	80449	72913	90,6
Мелітопольський ОЕЗ	41827	32662	78,1
Міловський ЗРО "Стрілецький степ"	1741	10096	579,9
Ніжинський ЖК	8539	7425	87,0
"Каховський ОЕЗ" (Каргілл)	196258	144547	73,7
"Каргілл" (м. Донецьк)	250654	221959	88,6
Іллічівський ОЕЗ	88732	76347	86,0
Пересічанський МЗ	96451	53107	55,1
«Колос.» (сmt. Пересічне)*	0	38250	-
Миронівський ЗВКК	119214	109730	92,0
Вінницька птахофабрика	4260	69089	у 16 разів
Катеринопольський елеватор (Черкаська обл.)	72254	65924	91,2
"Креатив" (м. Кіровоград)	251099	377496	150,3
"ГрадОлія" (м. Кіровоград)	1022	62490	6114,5
"Укролія" (Полтавська обл.)	3431	0	-
"Наша Олія" (м. Харків)	5409	9533	176,2
"Українська Чорноморська Індустрія" (м. Іллічівськ)	204380	172019	84,2
"Екотранс" (м. Миколаїв)	59112	39999	67,7

Перелік підприємств	2012 р., тонн	2013 р., тонн	Зміни, %
"Сателліт" (м. Маріуполь)	60372	53249	88,2
"Біоіл Універсал Україна" (Одеська обл.)	40883	29991	73,4
"Відродження" (Кіровоградська обл.)	33347	35829	107,4
"Агропроінвест 08" (Запорізька обл.)	25026	31302	125,1
"Віктор і К" (Кіровоградська обл.)	33126	35303	106,6
Бандурський ОЕЗ	207288	192182	92,7
Зіньківський ККЗ	15146	17843	117,8
"Авіс" (м. Вінниця)	8957	6126	68,4
"Радуга" (Запорізька обл.)	8912	6963	78,1
"Агроком" (Харківська обл.)	4166	5167	124,0
"Рапсо-Дія" (Кіровоградська обл.)	1942	12471	642,2
Верхньосирогозький МПЗ	2331	2768	118,7
"Оліяр" (Львівська обл.)	0	5167	-
"СП Укрсоя" (Миколаївська обл.)	0	4593	-
"Агро-Антік" (Харківська обл.)	1486	1437	96,7
"Агротехніка" (м. Луцьк)	419	4827	у 11 разів
"Каховка Протеїн-Агро" (м. Нова Каховка)	22476	20688	92,0
Гайсинська філія ДП ЗАТ Теувес Холдінг "Тегра Україна ЛТД"	7079	8420	118,9
"Київ-Атлантик Україна" (м. Київ)	2290	2341	102,2
"Венус Україна" (Хмельницька обл.)	1131	1789	158,2
"Компанія Система" (м. Запоріжжя)	7908	8562	108,3
"Зернопродукт" (Донецька обл.)	2533	3040	120,0
"Славтрейд Агро" (м. Слов'янськ)	5436	6365	117,1
"Протеїн продакшн" (м. Кіровоград)	13847	24660	178,1
"Агро-Еко ХХІ Плюс" (Хмельницька обл.)	1818	3222	177,2
"Кремікс" (Полтавська обл.)	668	1515	226,8
"Валента" (Київська обл.)	993	1167	117,5
РАЗОМ	3647439	3342115	91,6

Додаток Л.2
Виробництво рафінованої олії по підприємствах

Перелік підприємств	2012 р., тонн	2013 р., тонн	Зміни, %
Дніпропетровський ОЕЗ	109394	107960	98,7
"Дельта Вілмар СНД" (м. Іллічівськ)	62580	45427	72,6
Приколотнянський ОЕЗ	64030	48496	75,7
Пологівський ОЕЗ	28794	23466	81,5
„Креатив” (м. Кіровоград)	47095	41981	89,1
"ПОЕЗ - Кернел Груп" (м. Полтава)	50119	54355	108,5
Харківагросоюз (м. Харків)	264	282	106,8
Запорізький ОЖК	51263	45519	88,8
ТК "Урожай" (виробничий майданчик № 9, м. Слов'янськ)	6553	4532	69,2
Чернівецький ОЖК	3665	5664	154,5
Ніжинський ЖК	844	422	50,0
Міловський ЗРО «Стрілецький степ»	0	2363	-
„Радема” (м. Рівне)	1307	2526	193,3
Вінницький ОЖК	9216	5756	62,4
Київський марг. завод	10681	9268	86,8
„Авіс” (м. Вінниця)	3070	4031	131,3
„Оліс” (м. Запоріжжя)	2139	2584	120,8
„Екобіотек-Україна” (м. Херсон)	2166	2094	96,7
„Оліяр” (Львівська обл.)	64213	58206	90,6
Нововолинський ОЖК	25112	22057	87,8
„ВВВВ” (м. Каховка)	24757	25802	104,2
"Віктор і К" (Кіровоградська обл.)	27131	30432	112,2
Зіньківський ККЗ	0	9174	-
Іллічівський ОЖК	854	1855	217,2
Слобожанський з-д продтоварів (Луганська обл.)	977	315	32,2
"Гідросенд" (Кіровоградська обл.)	0	3407	-
Чугуївський ОЖК (Київська обл.)	44587	31210	70,0
РАЗОМ	640811	589154	91,9



УКРАЇНА
ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВІННИЦЬКИЙ ОЛІЙНОЖИРОВИЙ КОМБІНАТ»

21034, м. Вінниця, Немирівське шосе, 26. Р/р 26002017412336 у Вінницькій філії АТ „Укресімбанк”, МФО 302429,
 Код ЄДРПОУ 00373758. Тел. (0432) 27-46-26, факс 65-54-00, e-mail: vmjk@violet.com , vmjk@vprk.com

14.11.13 № 04/1242

Довідка

про впровадження результатів дисертаційного дослідження
 Пилявця Віктора Миколайовича на тему:
 «Забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу
 України на інноваційній основі»

Основні положення, висновки та рекомендації дисертаційного дослідження Пилявець В.М. на тему: «Забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України на інноваційній основі» на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 «08.00.03-економіка та управління національним господарством» були розглянуті та використані в практичній діяльності ПАТ «Вінницький ОЖК»

Особливої уваги заслуговує запропонована автором інноваційно-інвестиційна стратегія формування галузевих конкурентних переваг олієжирового підкомплексу.

Зазначені рекомендації дозволять значно підвищити рівень конкурентоспроможності та кон'юнктурної привабливості підприємства на ринку.

Голова правління

Чаленко Д.А.

Головний бухгалтер

Зоря І.О.



Публічне акціонерне товариство



Чернівецький олійно-жировий комбінат

58007, Україна, м. Чернівці, вул. М. Тореза, 17

Р/р 2600701719458 в ФПАТ "Укресімбанк" м. Чернівці

Код ЗКПО 00373959, МФО 356271

Інд. податковий № 003739524126, свід-во № 100283619

Телефон/факс (0372) 55-26-51

e-mail: elenakst@vprk.com

№...Р.р...д.р.р.№14.7.....

на №

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Пилявця Віктора Миколайовича на тему: «Забезпечення
конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України на
інноваційній основі».

Основні положення дисертаційного дослідження Пилявця В.М., що стосуються підвищення рівня конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу, розглянуто і прийнято до використання в діяльності публічного акціонерного товариства «Чернівецький олійно-жировий комбінат».

До них відносяться:

- методичні підходи щодо оцінки ефективності взаємодії складових організаційного потенціалу забезпечення конкурентоспроможності;
- інноваційні засади забезпечення конкурентоспроможності продукції;
- чинники визначення якісних параметрів продукції олієжирового підкомплексу;
- система налагодження інтеграційних зв'язків для підприємств олієжирового підкомплексу.

Реалізація зазначених положень забезпечить підвищення ефективності діяльності підприємства та зростання рівня конкурентоспроможності.

Довідка видана для представлення в спеціалізовану вчену раду за місцем захисту.

Голова правління
ПАТ «Чернівецький
олійно-жировий комбінат»



В.М.Фесюк

ТОВ-підприємство

«АВІС»

вул. Пирогова, 150,
м. Вінниця, 21037

Тел./факс: (0432) 53-68-23; 52-34-
19

E-MAIL: avis@avis.ua



ООО-предприятие

«АВІС»

ул. Пирогова, 150,
г. Винница, 21037

Тел./факс: (0432) 53-68-23; 52-34-
19

E-MAIL: avis@avis.ua

Р/р – 26004101303499 в АТ «ОТП Банк» м. Київ. МФО - 300528 ЗКПО 13304871
свідоцтво платника ПДВ — 01846641, податковий код 133048702289

№ 4 « 9 » « січня » 2014 р.

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження Пилявця Віктора Миколайовича

З матеріалами дисертаційної роботи Пилявця В.М. на тему “Забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України на інноваційній основі” ознайомлені працівники апарату управління ТОВ-підприємство “АВІС”.

Практичне значення для підприємства мають наступні висновки та пропозиції, що висвітлені в дисертаційній роботі:

- підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності продукції за розробленою системою показників
- розроблена система екологічного менеджменту на основі моделі екологічного менеджменту для використання в практиці організаційних структур олієжирового підкомплексу
- пропозиції щодо побудови системи інфраструктури розвитку олієжирового підкомплексу на основі налагодження інтеграційних зв'язків.

Знаходяться в стадії опрацювання пропозиції щодо інноваційно-інвестиційної стратегії формування галузевих конкурентних переваг підприємств олієжирового підкомплексу з використанням стратегічного ситуаційного аналізу.

Застосування зазначених результатів дослідження забезпечує здатність підприємства вчасно виявити зміни у зовнішньому середовищі, ідентифікувати тенденції їх розвитку, забезпечити підвищення економічної ефективності діяльності підприємства.

Генеральний директор
Головний бухгалтер



С.А.Зотов
Л.Л.Вікорчук



УКРАЇНА

Міністерство аграрної політики та продовольства України
Вінницька обласна державна адміністрація

**ДЕПАРТАМЕНТ
АГРОПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ**

вул. Соборна, 15-а, м. Вінниця, 21100 Тел. (0432) 67-08-20, факс 67-08-39
email: vinagroupr@gmail.com Код ЄДРПОУ 33716544

25.02.2014р № 01-03-35/362
На № _____ від _____

Довідка

про впровадження результатів дисертаційного дослідження

Пілявця Віктора Миколайовича

на тему: «Забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України на інноваційній основі»

Результати проведеного дисертаційного дослідження були розглянуті та використані в практичній діяльності Департаменту агропромислового розвитку Вінницької обласної державної адміністрації в частині:

- взаємодії окремих елементів в системі забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України;
- проведеного аналізу виробничої бази та особливостей функціонування олієжирового підкомплексу України;
- запропонованої інноваційно-інвестиційна стратегія формування галузевих конкурентних переваг олієжирового підкомплексу.

Використання пропозицій дисертаційної роботи дозволить підвищити загальний рівень конкурентоспроможності олієжирових підприємств України.

Довідка видана для представлення в спеціалізовану вчену раду за місцем захисту.

Директор
департаменту



Неїлик М.М.



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ



Юридична адреса: ✉ Україна, 21017, м. Вінниця, вул. Гонти, 37
☎ тел./факс: (0432) 55-49-55 📧 e-mail: vietane@vinnitsa.com

№ 105

«28» 11 2013 р.

Д О В І Д К А

про впровадження результатів наукового дослідження Пилявець В.М. на тему: «Забезпечення конкурентоспроможності олієжирового підкомплексу України на інноваційній основі» на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» в навчальний процес Вінницького інституту економіки Тернопільського національного економічного університету

Теоретичні та практичні рекомендації щодо основних напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємств олієжирового підкомплексу України, що міститься у дисертаційній роботі Пилявець В.М., використовуються у Вінницькому інституті економіки Тернопільського національного економічного університету в навчальному процесі при викладанні навчальних дисциплін «Конкурентоспроможність фірми», «Організація виробництва» в частині:

- інноваційно-інвестиційної стратегії формування галузевих конкурентних переваг підприємств з використанням стратегічного ситуаційного аналізу
- факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств.

Пропозиції Пилявця В.М. дозволяють удосконалити методику викладання економічних дисциплін та сприяють покращенню підготовки фахівців з економічних спеціальностей.

Директор ВІЕ ТНЕУ

Б.В. Погрішук
доктор економічних наук,
професор

