ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ЛИТОВЧЕНКО Людмила Валеріївна

УДК 338.436:339.924:631.11

ДИСЕРТАЦІЯ
«СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР»

Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»,
спеціальність 051 «Економіка»

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело
_____ Людмила ЛИТОВЧЕНКО

Науковий керівник:
кандидат економічних наук, професор
АРАНЧІЙ Валентина Іванівна

Полтава – 2023

АНОТАЦІЯ

Литовченко Л. В. Стратегії підвищення економічнї ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії в галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 051 Економіка. Полтавський державний аграрний університет. Полтава, 2023.

Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретично-методичних та прикладних засад управління економічною ефективністю діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур.

В дослідженні визначено особливості генезису понятійно-категоріального апарату управління ефективністю діяльності підприємств агропромислового виробництва. Ідентифіковано організаційно-економічні умови функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Окреслено функціональні та інтеграційні напрями підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Визначено тенденції зміни обсягів та рівня економічної ефективності виробництва та переробки продукції олійних культур. Виконано ідентифікацію сучасного стану та пріоритетів поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур на ринку. Ідентифіковано динаміку структури доданої вартості при виробництві та переробці продукції олійних культур в підприємствах. Обґрунтовано системи та інструментарій управління економічною поведінкою підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту. Визначено особливості побудови та функціонування механізмів вертикальної та горизонтальної агропромислової інтеграції підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур в процесах. Ідентифіковано стратегії підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту.

В дисертації обґрунтовано концептуальні засади реалізації інструментального підходу при побудові систем управління економічною ефективністю діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур, які ґрунтуються на реалізації заходів корекції економічної та ділової поведінки підприємств на цільових ринках збуту з урахуванням прояву впливу різнорідних за сутнісними ознаками факторів формування доходів товаровиробників, а також зрушень в структурі витрат та залученні джерел формування доданої вартості. Удосконалено типологію організаційно-економічних умов функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур, в основі якої лежить виокремлення зовнішніх, загальногалузевих та внутрішніх особливостей здійснення діяльності вказаними підприємствами, а також поділ факторів впливу на рівень економічної ефективності діяльності підприємств та формування умов їх функціонування на фонові, пасивні та активні з огляду на інтенсивність їх проявів. Розвинуто ідентифікацію особливостей генезису понятійно-категоріального апарату управління ефективністю підприємств агропромислового виробництва шляхом уточнення атрибутів ефективності, як об'єкта управління, яке полягає у інтерпретації її показників через призму результат-орієнтованих та процес-орієнтованих ознак.

В першому розділі дисертації визначено генезис понятійно-категоріального апарату формування та управління ефективністю діяльності підприємств, окреслено особливості ефективності як об'єкта управління, ідентифіковано організаційно-економічні умови функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур, а також виконане розмежування функціональних та інтеграційних напрямів підвищення економічної ефективності діяльності підприємств.

Другий розділ присвячено визначенню тенденцій зміни обсягів та рівня економічної ефективності виробництва та переробки продукції олійних культур, ідентифікації сучасного стану та пріоритетів поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур на ринку, а також

інтерпретації динаміки структури доданої вартості при виробництві та переробці продукції олійних культур в підприємствах.

В третьому розділі обґрунтовано системи та інструментарій управління економічною поведінкою підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту, визначено архітектуру та архітектоніку механізмів вертикальної та горизонтальної агропромислової інтеграції підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур, а також ідентифіковано стратегії підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту.

Ключові слова: ефективність, об'єкт управління, структура витрат, механізм, інструментарій, стратегія.

СПИСОК ПРАЦЬ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

публікації, в яких відображено основний зміст роботи

1. Литовченко Л. В. Сучасний стан та пріоритети розвитку підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Colloquium-journal-2023-162-1. p. 65-68. https://colloquium-journal.org/wp-content/uploads/2023/02/Colloquium-journal-2023-162-1.pdf

2. Литовченко L. (2022). Тенденції та перспективи розвитку підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур в ризикових умовах. Innovation and Sustainability, (4), 202–206. https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.202.206

3. Литовченко Л., Хлопоніна-Гнатенко О., Михайленко В. (2023). Фактори впливу на формування економічної поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Modeling the development of the economic systems, (2), 13–18. https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-2 (*авторський внесок полягає в*

систематизації факторів впливу на економічну поведінку та розробці відповідних процедур реагування на зміни)

4. Литовченко Л. В., Брюхович Д. С. Особливості управління економічною поведінкою підприємств-виробників олійних культур. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 4. С. 140-144. : https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-4-20 (*авторський внесок полягає у визначенні ключових ознак змін в економічній поведінці підприємств-товаровиробників*)

5. Литовченко Л. В. Агропромислова інтеграція як чинник розвитку підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. №2 (304). Том. С. 346-350. https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(2)-54

публікації, які додатково відображають зміст роботи

6. Литовченко Л. В. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств олійної промисловості. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 3. С. 183 – 187. https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-27

публікації, які засвідчують апробацію результатів дослідження

7. Литовченко Л.В. Перспективи розвитку ринкової взаємодії виробників та переробників продукції олійних культур. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Харків: ХНТУСГ, 2019. С. 145-147.

8. Литовченко Л. В. Механізми управління ефективністю основної діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Харків: ХНТУСГ, 2020. С. 325-327.

9. Литовченко Л. В. Стратегічні орієнтири у підвищенні ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних

культур. Проблеми та перспективи розвитку економіки: світові та національні аспекти: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. ОДАУ. Одеса: РВВ ОДАУ, 2022. С. 203-205.

ABSTRACT

Lytovchenko L. V. Strategies of the economic efficiency growing of the production and processing of oilseed crops. – Qualifying scientific work on manuscript rights.

Dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy in the field of knowledge 05 "Social and Behavior Sciences" with a specialty 051 Economics. Poltava State Agrarian University. Poltava, 2023.

The dissertation is devoted to the substantiation of the theoretical-methodical and applied principles of managing the economic efficiency of the enterprises for the production and processing of oilseed products.

The study determined the peculiarities of the genesis of the conceptual and categorical apparatus for managing the efficiency of agro-industrial production enterprises. The organizational and economic conditions of the functioning of the enterprises for the production and processing of oilseed products have been identified. The functional and integration directions of increasing the economic efficiency of the enterprises for the production and processing of oilseed products are outlined. The trends of changes in volumes and the level of economic efficiency of production and processing of oilseed crops have been determined. The identification of the current state and priorities of the behavior of enterprises for the production and processing of oilseed products on the market has been carried out. The dynamics of the structure of added value during the production and processing of oilseed products in enterprises have been identified. The systems and tools for managing the economic behavior of companies producing oilseed products in the target sales markets are substantiated. The peculiarities of the construction and functioning of the mechanisms of vertical and horizontal agro-industrial integration

of enterprises for the production and processing of oilseed products in processes have been determined. Strategies for increasing the economic efficiency of oilseed producers in the target sales markets have been identified.

The dissertation substantiates the conceptual principles of the implementation of the instrumental approach in the construction of management systems for the economic efficiency of the activities of enterprises producing oilseed products, which are based on the implementation of measures to correct the economic and business behavior of enterprises in the target sales markets, taking into account the manifestation of the influence of factors of the formation of incomes of commodity producers, which are heterogeneous in terms of essential features, as well as shifts in the cost structure and the involvement of sources of added value formation. The typology of the organizational and economic conditions of the functioning of enterprises for the production and processing of oilseed products has been improved, which is based on the identification of external, general branch and internal features of the activities of the specified enterprises, as well as the division of factors influencing the level of economic efficiency of enterprises and the formation of the conditions of their functioning into background , passive and active in view of the intensity of their manifestations. The identification of features of the genesis of the conceptual-categorical efficiency management apparatus of agro-industrial production enterprises by clarifying the attributes of efficiency as an object of management, which consists in the interpretation of its indicators through the prism of result-oriented and process-oriented features, has been developed.

In the first chapter of the dissertation, the genesis of the conceptual and categorical apparatus for the formation and management of the efficiency of enterprises is defined, the peculiarities of efficiency as an object of management are outlined, the organizational and economic conditions of the functioning of enterprises for the production and processing of oilseed crops are identified, as well as the delineation of functional and integration directions of improvement is carried out economic efficiency of enterprises.

The second chapter is devoted to the determination of trends in changes in volumes and the level of economic efficiency of the production and processing of oilseed products, the identification of the current state and priorities of the behavior of enterprises producing and processing oilseed products on the market, as well as the interpretation of the dynamics of the structure of added value in the production and processing of oilseed products in enterprises.

In the third chapter, the systems and tools for managing the economic behavior of companies producing oilseeds on the target sales markets are substantiated, the architecture and architecture of the mechanisms of vertical and horizontal agro-industrial integration of companies producing and processing oilseeds are determined, and strategies for increasing the economic efficiency of the enterprises' activities are identified. producers of oilseed products in target sales markets.

Keywords: efficiency, management object, cost structure, mechanism, toolkit, strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП 10
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ ТА ПЕРЕРОБНИКІВ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР 18
1.1. Генезис понятійно-категоріального апарату генерування та імплементації стратегій підвищення ефективності діяльності підприємств 18
1.2. Організаційно-економічні засади функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур 36
1.3. Ідентифікація функціональних та інтеграційних напрямів підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур 55
Висновки до розділу 1 72
Розділ 2. СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР 75
2.1. Тенденції зміни рівня економічної ефективності виробництва та переробки продукції олійних культур 75
2.2. Сучасний стан та пріоритети економічної поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур на ринку 84
2.3. Динаміка структури доданої вартості при виробництві та переробці продукції олійних культур в підприємствах 104
Висновки до розділу 2 130
Розділ 3. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР 132
3.1. Системи та інструментарій стратегічного управління підвищенням економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту 132
3.2. Механізми вертикальної та горизонтальної агропромислової інтеграції підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур 145
3.3. Стратегії підвищення рівня економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту 151
Висновки до розділу 3 166
ВИСНОВКИ 168
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 172
ДОДАТКИ 186

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток виробництва олійних культур в Україні є важливою стратегічним напрямом функціонування агропромислового виробництва, оскільки він створює конкурентні переваги товаровиробників на внутрішньому та зовнішньому ринках. Зміна виробничих відносин у сучасній економіці на більш якісний рівень вимагає активного розвитку теоретичних та практичних досліджень щодо підвищення ефективності агробізнесу. Управління економічною поведінкою підприємств, зокрема через її моделювання, покликане сприяти активному використанню наявних ресурсів та підвищувати конкурентоспроможність виробників олійних культур на внутрішньому та зовнішньому ринках. Нажаль, господарювання у сучасних умовах воєнного стану стає суттєво складнішим, не дивлячись на зростання попиту на сировинну продукцію, цінова ситуація не завжди лишається вигідною для підприємств-товаровиробників олійних культур. Ця ситуація робить актуальними питання ефективного управління основною діяльністю підприємств-виробників та переробників олійних культур.

Зважаючи на складність та комплексність окреслених проблемних питань, їх вирішення потребує комплексного підходу та застосування науково-обґрунтованих, виважених та раціональних рішень. При цьому використання ефективності діяльності в якості об'єкта управління передбачає залучення специфічних засобів та інструментів впливу, що, в свою чергу, призводить до побудови відповідних механізмів управління з подальшою їх інтеграцією в менеджмент підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур.

Вивченню та пошуку шляхів розв’язання проблемних питань, пов'язаних з управлінням ефективністю функціонування підприємств-товаровиробників продукції агропродовольчої сфери, в цілому, та олійно-жирового підкомплексу, зокрема, присвячені праці Андрійчука В. Г., Аранчій В. І., Данька Ю. І., Дем’яненка С. І., Єрмакова О. Є., Заїнчковського А. О.,

Запши Г. М., Казанжи А. В., Калетника Г. М., Кузьміна О. Є., Лупенка Ю. О., Макаренка П. М., Маліка М. Й., Мармуль Л. О., Місюка М. В., Орел А. М., Чехової І. В., Яценка В. М. та багатьох інших. Не дивлячись на більш ніж широке охоплення в дослідженнях вказаних проблемних питань, майже нерозглянутим та недостатньо вивченим лишається реагування менеджменту підприємства на зміни у економічному потенціалі та зрушення на цільових ринках, транзитивні явища у структурі повної собівартості продукції та формуванні доданої вартості на стадіях виробництва сировини та її переробки. Зазначене обумовлене тривалим стабільним періодом функціонування підприємств підкомплексу в умовах високої та майже гарантованої ефективності. Втім, об'єктивні та суб'єктивні процеси в національній соціально-економічній системі, а також системах більших та менших масштабів, вищих та нижчих рівнів створюють виклики, які потребують адекватного реагування з боку підприємств-товаровиробників.

Вказане обумовило вибір та конкретизацію тематичного напряму представленого у кваліфікаційній роботі дослідження, актуальність її теми, постановку мети та завдань.

Зв'язок дисертаційної роботи з науковими програмами, планами і темами. Дослідження за темою дисертаційної роботи здійснювалося у відповідності до науково-дослідних тем Полтавської державної аграрної академії в межах тем «Управління соціально–економічною системою в умовах національних і глобалізаційних викликів» (номер державної реєстрації 0117U003102), у якій запропоновано підходи до підвищення ефективності діяльності підприємств з вирощування та переробки продукції олійних культур; «Управління соціально–економічним розвитком агропродовольчої сфери України» (номер державної реєстрації 0118U005208), в межах якої автором ідентифіковано стратегічні орієнтири зрушень у функціонуванні підприємств оліє-жирового підкомплексу та сільськогосподарських товаровиробників продукції олійних культур.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження, результати якого представлені в дисертації, є обґрунтування теоретично-методичних та прикладних засад управління економічною ефективністю діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Досягнення поставленої мети передбачало вирішення таких конкретизованих завдань дослідження:

- визначити особливості генезису понятійно-категоріального апарату управління ефективністю діяльності підприємств агропромислового виробництва;
- ідентифікувати організаційно-економічні умови функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур;
- окреслити функціональні та інтеграційні напрями підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур;
- визначити тенденції зміни обсягів та рівня економічної ефективності виробництва та переробки продукції олійних культур;
- виконати ідентифікацію сучасного стану та пріоритетів поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур на ринку;
- ідентифікувати динаміку структури доданої вартості при виробництві та переробці продукції олійних культур в підприємствах;
- обґрунтувати системи та інструментарій управління економічною поведінкою підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту;
- визначити особливості побудови та функціонування механізмів вертикальної та горизонтальної агропромислової інтеграції підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур в процесах;
- ідентифікувати стратегії підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту.

Об'єктом дослідження є процес управління ефективністю діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур.

Предмет дослідження складають теоретично-методичні та прикладні аспекти управління ефективністю діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур

Методи дослідження. Теоретичну і методологічну основу дослідження становили діалектичний метод пізнання, фундаментальні положення економічної теорії та менеджменту організацій, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем формування та реалізації експортного потенціалу підприємств та їх об'єднань.

У дослідженні використовувались наступні методи: монографічний (при вивченні досвіду та особливостей функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур), метод аналізу та синтезу (при ідентифікації структурно-динамічних тенденцій формування та реалізації економічного потенціалу підприємств); абстрактно-логічний (при обґрунтуванні принципів побудови механізмів та використання інструментарію підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур); теоретичного узагальнення та порівняння (при формулюванні висновків та винесених на захист наукових положень, удосконаленні понятійно-категоріального апарату дослідження); структурно-логічний (для виявлення взаємозв'язків між елементами механізмів та систем управління ефективністю діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур).

Інформаційну базу дослідження становили законодавчі та нормативно-правові акти України, Укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України. Використані офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, наукова література з досліджуваної проблематики, інформаційні дані мережі Інтернет, власні спостереження автора.

Наукова новизна одержаних результатів дисертаційного дослідження полягає у вирішенні науково-практичного завдання обґрунтування

теоретично-методичних та прикладних засад управління економічною ефективністю діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Основними положеннями, які виносяться на захист є:

вперше:

- обґрунтовано концептуальні засади реалізації інструментального підходу при генеруванні та імплементації стратегій підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур, які ґрунтуються на реалізації заходів корекції економічної та ділової поведінки підприємств на цільових ринках збуту з урахуванням прояву впливу різнорідних за сутнісними ознаками факторів формування доходів товаровиробників, а також зрушень в структурі витрат та залученні джерел формування доданої вартості;

удосконалено:

- типологію організаційно-економічних умов функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур, в основі якої лежить виокремлення зовнішніх, загальногалузевих та внутрішніх особливостей здійснення діяльності вказаними підприємствами, а також поділ факторів впливу на рівень економічної ефективності діяльності підприємств та формування умов їх функціонування на фонові, пасивні та активні з огляду на інтенсивність їх проявів;

- ідентифікацію напрямів підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур шляхом виділення функціональних та інтеграційних їх різновидів, відмінність між якими полягає у пріоритетності залучення компоненти внутрішнього потенціалу економічного зростання або використання зовнішніх особливостей підвищення ефективності основної діяльності підприємств;

- інтерпретацію тенденцій зміни обсягів та рівня економічної ефективності виробництва та переробки продукції олійних культур в контексті визначення ринкових умов та потенційних можливостей використання характеристик зовнішнього середовища для зростання результатів діяльності

підприємств-виробників сировини та переробників в процесі мобілізації їх економічного та інтеграційного потенціалу;

- методичний підхід до визначення динамічних тенденцій змін структури доданої вартості при виробництві та переробці продукції олійних культур в підприємствах, який ґрунтується на ідентифікації стадій виробничо-комерційних та обмінних процесів з найбільшою інтенсивністю формування прибутків учасників господарських ланцюгів виробництва та постачань продукції з використанням отриманих інформаційних масивів при прийнятті управлінських рішень щодо здійснення економічної поведінки підприємств-виробників та переробників продукції олійних культур;

набуло подальшого розвитку:

- ідентифікація особливостей генезису понятійно-категоріального апарату підвищення ефективності підприємств агропромислового виробництва шляхом уточнення атрибутів ефективності, як об'єкта стратегічного управління, яке полягає у інтерпретації її показників через призму результат-орієнтованих та процес-орієнтованих ознак;

- організаційно-економічні засади визначення пріоритетів поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур на ринку шляхом формалізації критеріїв та параметричних ознак вибору шляхів, моделей, інструментів та засобів підвищення ефективності діяльності з урахуванням викликів зовнішнього середовища та рівня розвитку потенціалу підприємств сфери виробництва та переробки продукції;

- організаційні засади побудови та функціонування механізмів вертикальної та горизонтальної агропромислової інтеграції підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур в процесах, в основі яких лежить поєднання функціонального та інструментального підходів до формування структури зазначених механізмів, а також визначення пріоритетності кожного з них в залежності від досягнутих економічних результатів основної діяльності підприємств-учасників інтеграційних процесів;

- типологія та процедури деталізації стратегій підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту, в основі яких лежить виділення стратегій розвитку, стратегій адаптації та інтеграційних стратегій з подальшою формалізацією процедур їх вибору в залежності від організаційно-економічних умов здійснення основної діяльності та рівня розвитку економічного потенціалу підприємства-товаровиробника.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання аграрними підприємствами та органами державного управління агропромисловим розвитком наукових розробок та практичних рекомендацій щодо більш повної реалізації економічних інтересів підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур.

Окремі результати дослідження та пропозиції автора знайшли застосування в практичній діяльності ТОВ «Агрофірма імені Гагаріна» Чугуївського району Харківської області (довідка № 067 від 11.02.2023 р.), ТОВ «Агро Контур» Сумського району Сумської області (довідка № 033 від 12.02.2023 р.), а також в навчальному процесі Полтавського державного аграрного університету.

Особистий внесок здобувача. Всі наукові результати, викладені в дисертації і винесені на захист, отримані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертаційній роботі використані лише ті ідеї та положення, які є результатом особистої роботи здобувача.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження оприлюднені автором на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Управління розвитком соціально-економічних систем» (Харків, 2019); IV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Управління розвитком соціально-економічних систем» (Харків, 2020); Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми та перспективи розвитку економіки: світові та національні аспекти» (Одеса,

2022).

Публікації одержаних результатів. Основні результати дисертації висвітлено в 9 наукових працях (7 одноосібних) загальним обсягом 3,35 ум.-друк. арк., а саме: у вітчизняних наукових фахових виданнях опубліковано 5 статей обсягом 2,2 ум.-друк. арк., 1 стаття в зарубіжному науковому періодичному виданні, 3 публікації в інших виданнях.

Обсяг та структура дисертації. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, викладена на 188 сторінках, в тому числі основного тексту 165 сторінок, включає 9 таблиць, 14 рисунків. Список використаних літературних джерел містить 131 найменування на 10 сторінках.

Розділ 1.
ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ ТА ПЕРЕРОБНИКІВ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР

1.1. Генезис понятійно-категоріального апарату генерування та імплементації стратегій підвищення ефективності діяльності підприємств

Розвиток учасників аграрного сектору економіки України визначається рівнем їх продуктивності у виробництві сільськогосподарської продукції. Ця продуктивність, у свою чергу, сильно залежить від масштабу виробництва та розміру компаній, що оперують у цій галузі. Для виходу аграрного сектору з кризи необхідно покращити продуктивність сільськогосподарського виробництва. Це вимагає дослідження теоретичних аспектів ефективності виробництва та методів її оптимізації в умовах ринкової економіки. Також важливо розробити методики для оцінювання ефективності діяльності компаній, що працюють у сільськогосподарській сфері.

Ефективність діяльності є вирішальною для всіх видів бізнесу, включаючи аграрний. Майбутні умови ведення бізнесу є непередбачуваними через постійні зміни, високий рівень ризику, необхідність використання різних ресурсів, конкуренцію, а також відсутність розвиненої ринкової інфраструктури, серед інших факторів. Все це має значний вплив на ефективність бізнесу, особливо малого. Якщо ефективність низька, існує ризик повної або часткової втрати бізнесу або навіть припинення його діяльності.

На сьогоднішній день немає єдиного визначення терміну «ефективність». Різні аспекти ефективності ускладнюють аналіз сільськогосподарського виробництва. Наша мета - знайти більш прийнятний метод оцінки ефективності, який ґрунтуватиметься на існуючих показниках і

дозволить порівнювати результативність різних суб'єктів підприємництва, незалежно від їхнього розміру. Незважаючи на значну увагу вчених до визначення суті цього поняття, теоретичне обґрунтування ефективності ще не закінчено. При цьому важливо розрізняти поняття «ефект» і «ефективність».

Згідно з Економічною енциклопедією, "ефект" визначається як досягнутий результат у різних формах (матеріальній, грошовій, соціальній тощо), тоді як "економічний ефект" є кількісною та якісною оцінкою впливу елементів економічної системи на її результативність, і переважно виражається в грошовій формі як дохід. Тобто, у певному розумінні "економічний ефект" і "грошовий дохід" є синонімами. [1, с. 505-506]

З іншого боку, "ефективність" визначається як здатність досягати ефекту або результату, який вимірюється як відношення досягнутого ефекту до витрат, необхідних для його досягнення. [1, с. 508] Ця концепція вимагає більш глибокого розгляду, оскільки різні підприємства можуть досягати різних результатів при однакових витратах. Отже, "ефективність" можна розглядати як досягнення максимального ефекту за обмеженими ресурсами або досягнення певного результату з мінімальними витратами ресурсів.

Це визначення "ефективності" суттєво співпадає з поняттям "економічної ефективності", яка полягає в досягненні результатів за мінімальними витратами живої та уречевленої праці.

Розглянувши вище наведені визначення, можемо додати, що "ефективність" і "економічна ефективність" відіграють важливу роль у бізнесі та економіці загалом. Вони визначають, наскільки добре організація або проект використовують свої ресурси, щоб досягти поставлених цілей і отримати позитивний результат.

Поняття "економічної ефективності" особливо важливе в контексті бізнесу, де підприємства зазвичай ставлять перед собою завдання зниження витрат і збільшення прибутку. Економічна ефективність оцінює, наскільки ефективно використовуються фінансові ресурси для досягнення прибуткових цілей. Це може включати в себе раціоналізацію виробничих процесів,

оптимізацію ланцюга постачання та інші заходи для збільшення вартості продукції або послуги при зменшенні витрат.

З іншого боку, "ефективність" охоплює ширший спектр понять і не обмежується тільки фінансовими параметрами . Вона може включати в себе якість продукції, задоволення клієнтів, час виконання завдань, використання людських ресурсів і багато інших аспектів. Оцінюючи ефективність, організація або проект бере до уваги загальний вплив на результати діяльності, не обмежуючись тільки грошовими показниками.

Важливо враховувати, що обидва поняття, "економічна ефективність" і "ефективність", є ключовими для підвищення конкурентоспроможності організацій і досягнення успіху в сучасному бізнесі. Таким чином, їх розуміння і врахування в управлінні і стратегічному плануванні є важливою частиною успішного підприємництва.

Розглянувши вище наведені визначення, можемо додати, що "ефективність" і "економічна ефективність" відіграють важливу роль у бізнесі та економіці загалом. Вони визначають, наскільки добре організація або проект використовують свої ресурси, щоб досягти поставлених цілей і отримати позитивний результат.

Поняття "економічної ефективності" особливо важливе в контексті бізнесу, де підприємства зазвичай ставлять перед собою завдання зниження витрат і збільшення прибутку. Економічна ефективність оцінює, наскільки ефективно використовуються фінансові ресурси для досягнення прибуткових цілей. Це може включати в себе раціоналізацію виробничих процесів, оптимізацію ланцюга постачання та інші заходи для збільшення вартості продукції або послуги при зменшенні витрат.

З іншого боку, "ефективність" охоплює ширший спектр понять і не обмежується тільки фінансовими параметрами. Вона може включати в себе якість продукції, задоволення клієнтів, час виконання завдань, використання людських ресурсів і багато інших аспектів. Оцінюючи ефективність,

організація або проект бере до уваги загальний вплив на результати діяльності, не обмежуючись тільки грошовими показниками.

Важливо враховувати, що обидва поняття, "економічна ефективність" і "ефективність", є ключовими для підвищення конкурентоспроможності організацій і досягнення успіху в сучасному бізнесі. Таким чином, їх розуміння і врахування в управлінні і стратегічному плануванні є важливою частиною успішного підприємництва.

В західній економічній науці економічну ефективність дійсно розглядають як складну і багатоаспектну категорію, існують різні підходи до її визначення і оцінки. Перераховані аспекти відображають різні підходи до розуміння економічної ефективності:

1. Відношення між витратами ресурсів і обсягом товарів та послуг, які виробляються з цих ресурсів, вказує на ефективність виробничих процесів і оптимізацію витрат.

2. Максимальний обсяг виробництва товарів і послуг з використанням мінімальної вартості ресурсів підкреслює важливість економічної раціональності і досягнення максимальної продуктивності.

3. Виробництво товарів певної вартості за найменших витрат ресурсів відзначає, що ефективність може бути виміряна не лише кількістю продукції, але і її якістю та цінністю.

4. Отримання максимуму з доступних для людини обмежених ресурсів підкреслює важливість оптимального розподілу ресурсів для досягнення максимальних результатів.

5. Відношення цінності результату до цінності витрат вказує на важливість рівноваги між доходами і витратами у забезпеченні ефективності.

Враховуючи ці аспекти, економічна ефективність стає комплексним і багатогранним поняттям, яке дозволяє оцінювати продуктивність, раціональність та якість використання ресурсів у господарській та бізнесовій діяльності. Відповідно до конкретних обставин і цілей, ефективність може бути виміряна різними способами та у різних аспектах, і ця багатогранність

дозволяє більш точно оцінити ефективність будь-якого економічного процесу чи проекту. [1, С. 508].

Іншими словами, ефект представляє собою загальну суму прибутків або вигід, які приносить бізнес, тоді як ефективність визначається як відношення цього ефекту до витрат, здійснених для його отримання [3, С. 498]. Щоб оцінити ефективність виробництва, потрібно порівнювати досягнутий ефект з витратами, які були витрачені для досягнення цього ефекту. Ефективність виробництва визнається складною економічною концепцією, яка відображає вплив об'єктивних економічних законів. Більшість вчених розглядають її як спосіб виміру ефективності, результативності і користі, які досягаються у виробництві [4, 5, 6].

Під час вивчення ефективності сільськогосподарського виробництва дуже важливо враховувати різницю між критеріями та показниками. У науковому контексті, критерій є головним принципом оцінки, і чим точніше визначені критерії, тим глибше можна розуміти економічну сутність. Економічні показники ефективності вказують на аспекти її, що можна виміряти кількісно. Між критеріями і показниками існує важливий взаємозв'язок. Критерій не може бути виражений у числових значеннях без показників, які надають конкретну кількісну інформацію і втрачають свою значимість без критерію.

Як відзначає Пархоменко Л.М., розмежування між ними полягає в тому, що критерій представляє собою основну суть процесів, в той час як показник є конкретним способом відображення цього критерію. Взаємозв'язок між критерієм і показниками ефективності виражається в тому, що збільшення валової продукції, як правило, супроводжується збільшенням валового і чистого доходу, що означає зростання накопичення і споживання; підвищення маси чистого доходу супроводжується підвищенням рентабельності виробництва; зниження собівартості, як правило, призводить до збільшення чистого доходу і підвищення рентабельності виробництва; підвищення

фондоозброєності позитивно впливає на продуктивність праці і виробництво валової продукції і так далі [7, С. 84].

Ми підтримуємо погляд вчених, які вважають, що критерій ефективності повинен бути однаковим для всього суспільного виробництва і мати важливий вплив на всі рівні - від окремих підприємств до національної економіки в цілому [7, 9].

Щодо показників ефективності сільськогосподарського виробництва, вони повинні враховувати особливості сільського господарства, такі як використання земельних ресурсів, сезонність виробництва, географічне розташування підприємств, вплив кліматичних умов, використання живих рослин і тварин, спеціалізація та інші фактори.

Розповсюджене визначення критерію ефективності – максимізація продукції і доходу при мінімізації витрат. Критерій економічної ефективності відображають такою формулою [3, С. 498]:

$$K_e = \frac{E \to \max}{B \to \min}, \quad \text{де} \qquad (1.1)$$

Е – економічний результат (вигода або ефект), що максимізується;

В – витрати на досягнення економічного результату, що мінімізуються.

Критерій економічної ефективності повинен застосовуватися як загальноекономічний підхід і враховувати як вигоди, так і витрати суб'єктів економічних відносин. Під ефектом розуміються всі прямі, загальні та непрямі вигоди, які отримують суб'єкти підприємницької діяльності та суспільство від різних видів бізнесу на селі - незалежно від їх розміру.

Щодо витрат, вони включають всі витрати, що здійснюються у процесі функціонування підприємств. Важливо враховувати, що для бізнесу витратами можуть бути податки і збори, які сплачуються суб'єктами підприємницької діяльності та можуть вважатися витратами з їхнього боку. Також, важливо враховувати, що діяльність бізнесу може сприяти створенню додаткових робочих місць на селі, що є ще однією вигодою для суспільства.

У той же час, держава може надавати певні пільги і підтримку для стимулювання бізнесу в сільській галузі, такі як податкові пільги, кредити, страхові заходи та інші. Ці пільги сприяють збільшенню вигод для суб'єктів підприємницької діяльності, особливо в аграрному секторі [3, С. 498].

Економічний результат від діяльності різних розмірів підприємств на селі має глибокі зв'язки з соціальними наслідками, які можуть потребувати фінансових витрат для їх подолання. Діяльність бізнесу може також мати негативний вплив на навколишнє середовище, такий як ерозія ґрунтів, засолення ґрунтів, забруднення водних джерел і таке інше.

Бажання більш детально вивчити поняття "ефективність виробництва" приводить науковців до розрізнення різних видів ефективності. Зазвичай вчені висвітлюють сутність технологічної, економічної та соціальної ефективності.

Аналіз сучасних концепцій економічної ефективності, як стверджує Василець О.С., дає підстави для виділення таких категорій, як алокативна (зв'язана з розподілом ресурсів), технічна (пов'язана з використанням технологій) та соціальна (пов'язана з соціальними наслідками) ефективність, які є складовими поняття економічної ефективності [9, С. 6].

Галенін Р.В. висловлює думку, що ефективність підприємства в економічному вимірі починається з ефективності в технічному плані. Досягнення максимального прибутку вимагає від фірми виробництва досягнення найбільшого обсягу продукції за використання певних ресурсів (іншими словами, ефективність у технічному плані). Також, це означає використання оптимальної комбінації ресурсів, враховуючи їхню відносну вартість (тобто, ефективність у використанні ресурсів), і виробництво найкращої комбінації продуктів за наявних цін (тобто, ефективність у виробництві продукції). Отже, висновок автора полягає в тому, що ефективність може бути розглянута через призму досягнення оптимальної комбінації ресурсів для досягнення певного рівня виробництва (орієнтація на ресурси), або через досягнення оптимального обсягу виробництва, який може

бути досягнутий з використанням конкретного набору ресурсів (орієнтація на обсяг виробництва) [10, С. 6].

Андрієвська О.М. [11], Синявіна Ю.В. [12], Шамин А.Є., Фролова О.А. [13] виділяють технологічну, економічну, соціальну та екологічну ефективність. П’ять видів ефективності виокремлює Анісімова О.В.: технологічну, енергетичну, економічну, соціальну, екологічну [14, С. 6]. На її думку, всі види ефективності дуже тісно між собою пов’язані, а одні й ті ж показники часто характеризують різні види ефективності. Бабаєв О.Ю. пропонує розрізняти декілька видів ефективності – технологічну, економічну, маркетингову, соціальну та екологічну [15, С. 7]. Тобто науковці виділяють різні сторони економічної ефективності. Дійсно результати виробництва є різноманітними, можуть бути представлені в різних формах: вартісній, натуральній, соціальній, екологічній. Найбільш повно охарактеризовано види ефективності Андрійчуком В.Г. Вчений, крім економічної, розглядає такі види ефективності як технологічну, соціальну й екологічну [2, С. 441]. Технологічна ефективність, взагалі кажучи, є результатом взаємодії факторів виробництва з живими організмами, які використовуються в сільському господарстві. Це вимірюється кількісно через врожайність сільськогосподарських культур і продуктивність тварин. На рівні підприємства соціальна ефективність може бути сформульована як ступінь задоволення потреб колективу підприємства та його власників у засобах і умовах забезпечення життєзабезпечення. Виділення екологічної ефективності в окрему категорію обумовлене двома основними причинами: по-перше, необхідність створення екологічно безпечного середовища, яке б не завдавало шкоди людям, тваринам і рослинам, зберігало біологічну рівновагу, підтримувало водний баланс території, покращувало кругообіг органічних речовин, сприяло більшій плодючості грунту, виробництву екологічно чистої продукції і не призводило до забруднення навколишнього середовища хімічними засобами сільськогосподарського призначення; по-друге, необхідність використання показника для визначення гармонійного розвитку виробництва. Між вище

зазначеними видами ефективності існує тісний зв'язок: підвищення економічної ефективності при однакових інших умовах призводить до підвищення соціальної та екологічної ефективності, і навпаки. Екологічна ефективність тісно пов'язана з соціальною ефективністю, оскільки створення екологічно безпечного середовища є необхідним фактором, що впливає на умови життя працівників і населення в цілому [2, С. 443-444].

Деякі вчені висвітлюють ідею синергетичної ефективності, яка полягає в підвищенні продуктивності завдяки спільному впливу багатьох факторів, коли загальний ефект перевищує сукупні ефекти впливу окремих факторів. Іншими словами, в цьому випадку взаємодія всіх чинників призводить до збільшення ефективності виробництва, що перевищує суму впливів кожного фактору окремо [16, С. 309].

Економічна ефективність є складною категорією, що відображає співвідношення між використаними ресурсами та виробленими продуктами і послугами, при цьому не порушуючи екологічну безпеку та не знижуючи соціальні стандарти. Чим більше корисної продукції отримано з раціонально використаних ресурсів, тим вищою вважається ефективність виробничої діяльності. Оскільки ресурси обмежені, а потреби безмежні, то для задоволення цих потреб важливо постійно підвищувати ефективність виробництва і розглядати альтернативні способи використання ресурсів.

У визначенні показників економічної ефективності існує багато дискусій і різні точки зору. Це складна система показників, яка може включати натуральні та вартісні, відносні та абсолютні, прості та інтегральні, загальні та локальні показники. Важливо, щоб ця система враховувала всі види ефекту і надавала повну кількісно-якісну інформацію про результати діяльності сільськогосподарських підприємств. Також враховуються показники ефективності використання різних видів ресурсів, таких як земельні, трудові, матеріальні та фінансові ресурси [1, С. 508].

Особливий інтерес в контексті нашого дослідження представляють роботи тих економістів, які пропонують визначення інтегральних показників

ефективності виробництва. Так, на думку Драгуна Л. і Вакульчика О. [17], узагальнюючий показник ефективності виробництва має відображати ефективність використання як поточних витрат, так і ефективність витрат, пов'язаних із застосуванням позикових коштів, і розраховується за формулою:

$$ПСВ = \frac{(С + П_к + О_ф К_1 + О_З К_2 + ТРК_З)}{КР}, \text{ де} \qquad (1.2)$$

С – собівартість продукції;

$П_к$ – розмір виплат процентних сум за використання кредитів;

$О_ф$ – основні фонди;

$О_З$ – оборотні засоби;

ТР – чисельність трудових ресурсів;

$К_1$, $К_2$, $К_З$ – коефіцієнти використання – відповідно основних, оборотних засобів і трудових ресурсів;

КР – кінцеві результати виробництва.

Один з недоліків такого методу обчислення полягає в тому, що він включає витрати, які вже враховані у вартості виробництва, тобто подвійно враховує витрати. Окрім цього, цей метод не враховує важливий аспект - вартість землі, яка також має велике значення в сільському господарстві.

Шафранов А. пропонує обчислення інтегрального показника еколого-економічної ефективності сільськогосподарського виробництва з урахуванням вартісного еквіваленту ґрунтової родючості [18]. В сучасних умовах зв'язок ефективності виробництва з екологією має велике науково-практичне значення. Аналіз пошуків інтегрального показника оцінки діяльності підприємств показує, що кожен з них має певні недоліки і не може всебічно і об'єктивно характеризувати ефективність діяльності. Петровці М.М. зазначає, що не можна розглядати комплексну оцінку ефективності тільки через один інтегральний показник, який хоча й характеризує найсуттєвіші сторони діяльності підприємства, але не дає всебічної оцінки ефективності. Автор пропонує комплексну оцінку ефективності роботи підприємств проводити на основі індексів ефективності [19, С. 35]. Визначається коефіцієнт наближення

значення даного показника до максимального його значення серед підприємств [19, С. 36].

Синиця Ю.С. обґрунтовує, що за допомогою одного показника неможливо всебічно оцінити ефективність агровиробництва, а тому необхідно застосовувати їх систему, у якій кожен показник характеризує окремий аспект, має конкретну аналітичну мету, є простим у розрахунку [20, С. 13-14].

На підставі різноманітних показників, що відображають результати функціонування сільськогосподарських підприємств, запропоновано визначати їх рейтинг, використовуючи різні методи, такі як сума місць, бальні оцінки та багатомірна середня. Рейтингова оцінка проводиться в трьох напрямках: загальна економічна ефективність, результати у галузі рослинництва і результати у галузі тваринництва. Під рейтинговою оцінкою розуміється комплексна оцінка підприємств, яка визначає їхнє місце в загальній структурі сільськогосподарської галузі [21, С. 48].

Для суб'єкта підприємницької діяльності важливим показником результату (ефекту) є загальний дохід, отриманий ним упродовж певного періоду [3, С. 499]. Вони пов'язують загальний дохід зі зростанням власного капіталу (крім зростання капіталу через додаткові інвестиції за рахунок власників). При цьому:

$$E_1 = K_2 - K_1, \text{ де} \qquad (1.3)$$

E_1 – загальний дохід суб'єкта малого, середнього або великого бізнесу на селі;

K_1 і K_2 – власний капітал суб'єктів малого, середнього та великого бізнесу відповідно у попередньому і звітному періодах (без капіталу, що збільшився за період унаслідок додаткових внесків власників бізнесу до статутного фонду підприємства) [2, с. 500].

На думку вчених, суб'єктів малого, середнього та великого бізнесу на селі також цікавить дохід, що залишається у них до розподілення [2, с. 500], прибуток як узагальнюючий показник фінансового результату господарської діяльності [2, с. 501]. Показник чистого доходу може містити можливу

заробітну плату, наприклад фермера або членів його сім'ї, а також економію витрат на нарахування на заробітну плату. При цьому:

$$E_з = П + З^{'}, \text{ де} \qquad (1.4)$$

$Е_з$ – чистий дохід фермерського господарства;

П – прибуток;

З'– умовна зарплата фермера і членів його сім'ї з умовними нарахуваннями на неї [2, с. 501].

Ці ж вчені наголошують, що можливість застосування суб'єктами аграрного бізнесу методів прискореної амортизації зумовлює доцільність використання в оцінюванні різновиду показника чистого грошового потоку (загального ефекту), що характеризується сумою прибутку і амортизації:

$$E_4 = П + А, \text{ або } E_4 = Д – (В – А), \text{ де} \qquad (1.5)$$

А – амортизація;

Д – загальний дохід (виручка) від реалізації продукції;

В – витрати на виробництво продукції [2, с. 501].

В умовах ринкового середовища успішне ведення бізнесу вимагає від власників і керівників підприємства постійно оновлювати свою господарську діяльність, забезпечувати конкурентоздатність на ринку, стабільну спроможність платити та мати потрібні якісні ресурси. Тому аналіз фінансового стану грає важливу роль у оцінці та передбаченні успішності аграрного бізнесу. Фінансовий стан означає, наскільки підприємство має достатньо фінансових ресурсів, які раціонально розподіляються для здійснення ефективної господарської діяльності та вчасного виконання фінансових зобов'язань. [2, с. 511].

Головними показниками фінансового стану є:

1. Фінансова стійкість - здатність підприємства витримувати економічні труднощі та зберігати свою фінансову стійкість в тривалий період.

2. Платоспроможність - здатність підприємства вчасно виконувати фінансові зобов'язання перед кредиторами і постачальниками.

3. Ліквідність - можливість перетворення активів підприємства на готівку або еквівалентні грошові кошти для покриття поточних зобов'язань.

4. Прибутковість і рентабельність - ступінь прибутковості діяльності підприємства, який визначає, наскільки успішно воно генерує прибуток на основі своєї діяльності.

5. Ділова активність - активність та ефективність використання ресурсів для досягнення фінансових цілей підприємства.

6. Майновий стан підприємства - оцінка всієї власності та активів, які перебувають у власності підприємства, та їхньої ринкової вартості [23, С. 416-433; 24, С. 226; 25, С. 346-354].

Для оцінки ефективності виробництва рекомендується використовувати комплексну групу показників, таких як продуктивність праці, віддачу або витратність ресурсів на виробництво, обсяг матеріалів, необхідних для виробництва продукції, якість самої продукції і рівень прибутку чи рентабельність. [26, С. 33]. За думкою В.Є. Роганіної, ефективність виробництва можна оцінювати за такими показниками, як продуктивність праці (як багато продукції виробляється на одного працівника), віддача від використання ресурсів, витрати енергії та матеріалів на одиницю продукції. На рівні суспільства загальна ефективність може визначатися через виробництво валового внутрішнього продукту на одну особу. [27, С. 15].

Для вимірювання економічної ефективності інтенсифікації можна використовувати різні показники, такі як фондовіддача, валовий дохід, прибуток та рентабельність. Однак як узагальнюючий показник, рекомендується використовувати прибуток. Наприкінці кінців, показники, які не є відносними, такі як вартість валової продукції на одиницю земельної площі, зазвичай вважаються більш об'єктивними для оцінки ефективності інтенсифікації, у порівнянні з показниками, які можуть бути віднесені до відносних показників. [44, с. 21].

Андрійчук В.Г. включає до показників економічної ефективності виробництва різноманітні показники продуктивності виробничих ресурсів,

такі як продуктивність основного та оборотного капіталу, річна продуктивність праці і продуктивність землі, а також показники продуктивності виробничо-спожитих ресурсів, такі як матеріаловіддача, працевіддача, землевіддача і амортвіддача. Він також вважає, що ефективність виробництва можна оцінювати за показниками собівартості продукції та трудомісткості, а також за рентабельністю. Для кількісного виміру рентабельності на рівні аграрних підприємств вчений пропонує використовувати такі показники: рентабельність окремих видів продукції та підприємства в цілому, рентабельність продажу, рентабельність інвестованого капіталу, рентабельність чистого робочого капіталу, норму прибутку і приведену до земельної площі масу прибутку. [9, с. 444].

До конкретних показників економічної ефективності, які Шпикуляк О.Г., Тивончук С.О., Тивончук С.В., Супрун О.М. включають у свої оцінки, належать: валова продукція в фактичних цінах, валовий дохід і прибуток в розрахунку на виробничу площу або одиницю поголів'я худоби; рівень продуктивності праці, собівартість і рентабельність виробництва продукції. [28, с. 115]. Показники ефективності виробництва також поділяють на різні категорії в залежності від форми господарювання. Наприклад, для оцінки економічної ефективності в господарствах населення пропонується використовувати такі показники як розмір валової та товарної продукції, виміряні в центнерах, а також валовий дохід, виражений у грошовому виразі. У фермерських господарствах, з свого боку, ці показники включають розмір валової та товарної продукції в центнерах, собівартість, валовий та чистий дохід, а також прибуток.

В дисертації зроблена спроба узагальнення сукупності показників та індикаторів рівня економічної ефективності основної діяльності аграрних підприємств в сфері виробництва сільськогосподарської продукції (табл. 1.1).

Важливим показником прибутковості сільськогосподарських господарств у США є чистий фермерський дохід. Цей показник визначається як різниця між валовим доходом, отриманим від продажу

сільськогосподарської продукції та інших доходів, і загальними фермерськими витратами, включаючи сплату відсотків за позиками та амортизаційні відрахування.

Таблиця 1.1

Показники економічної ефективності сільськогосподарського виробництва

Ефективність	Показники
Діяльність сільськогосподарських підприємств	Відношення валової продукції до величини авансованого на її виробництво капіталу; відношення валового доходу до величини авансованого капіталу; чистий дохід (прибуток) у розрахунку на одиницю вартості авансованого капіталу; собівартість основних видів продукції; рівень рентабельності; норма прибутку.
Використання землі	Виробництво валової продукції в розрахунку на 1 або 100 га сільськогосподарських угідь; валовий і чистий дохід з одиниці земельної площі.
Використання трудових ресурсів	Продуктивність праці; валовий і чистий дохід на одного середньорічного працівника чи на одну людино-годину; витрати праці на 1 ц окремих видів продукції; обсяг виконаних робіт за одиницю часу (людино-день, людино-годину), навантаження посівної площі або поголів'я худоби, виконання норм виробітку з окремих робіт у рослинництві та тваринництві та ін.
Використання виробничих фондів	Технологічних засобів – виробіток на трактор, комбайн та інші машини на рік, день, зміну; худоби – збільшення виробництва продуктів тваринництва на одну голову; багаторічних насаджень – збільшення кількості продукції з 1 га насаджень. Фондовіддача, фондомісткість. Валовий або чистий дохід в розрахунку на одиницю вартості основних фондів або сумарної вартості основних і оборотних фондів.
Галузь	Середньодушове споживання основних продуктів харчування, структура харчового раціону населення. Питома вага працівників сільськогосподарських підприємств у загальній їх кількості; частка затрат праці в сільському господарству у загальних витратах праці в усіх секторах економіки; рівень зайнятості населення. Питома вага сільськогосподарських угідь у загальній земельній площі; коефіцієнт розораності угідь. Питома вага основних і оборотних фондів сільського господарства в загальній їх вартості у національній економіці; питома вага капітальних вкладень у галузь.

**Джерело:* узагальнено автором на основі [29, с. 788-790].

Валовий фермерський дохід, у свою чергу, представляє собою загальну суму грошових надходжень від продажу сільськогосподарської продукції та

інших доходів, не пов'язаних із сільським господарством. При цьому не враховують доходи, отримані від несільськогосподарської діяльності, позичкові кошти, виручку від продажу майна та обладнання.

Щоб отримати чистий фермерський дохід, враховують грошові надходження від продажу сільськогосподарської продукції, при цьому коригуючи їх на переоцінку залишків і дебіторську заборгованість.

Для аналізу прибутковості фермерських господарств у США також використовують відносні показники, такі як різні коефіцієнти, щоб отримати більш повну картину ефективності їхньої діяльності.

Коефіцієнт прибутковості виробничої діяльності є інструментом для оцінки успішності фермерів у проведенні своєї діяльності. Цей коефіцієнт дозволяє визначити, наскільки прибутковою є діяльність сільськогосподарських господарств. Рентабельність фермерських господарств визначається як річна норма прибутку, обчислена на власний капітал, загальний фермерський капітал і так званий управлінський капітал. У процесі аналізу ці показники порівнюються з відсотковими ставками за позиками, нормами прибутку в інших галузях та нормами прибутку від альтернативних капітальних вкладень. Це допомагає оцінити, чи вдається фермерам досягати прибутковості, яка вища чи нижча за інші можливі варіанти інвестування грошей. Важливо зазначити, що в Україні на даний момент система бухгалтерського обліку не дозволяє обчислювати такі показники. Однак з впровадженням міжнародних стандартів у бухгалтерську практику ці розрахунки стануть можливими. Це дозволить більш точно визначати рівень економічної ефективності окремих сільськогосподарських підприємств і галузі в цілому [29, с. 790].

Коефіцієнт прибутковості виробничої діяльності є інструментом для оцінки успішності фермерів у проведенні своєї діяльності. Цей коефіцієнт дозволяє визначити, наскільки прибутковою є діяльність сільськогосподарських господарств. Рентабельність фермерських господарств визначається як річна норма прибутку, обчислена на власний капітал,

загальний фермерський капітал і так званий управлінський капітал. У процесі аналізу ці показники порівнюються з відсотковими ставками за позиками, нормами прибутку в інших галузях та нормами прибутку від альтернативних капітальних вкладень. Це допомагає оцінити, чи вдається фермерам досягати прибутковості, яка вища чи нижча за інші можливі варіанти інвестування грошей. Важливо зазначити, що в Україні на даний момент система бухгалтерського обліку не дозволяє обчислювати такі показники. Однак з впровадженням міжнародних стандартів у бухгалтерську практику ці розрахунки стануть можливими. Це дозволить більш точно визначати рівень економічної ефективності окремих сільськогосподарських підприємств і галузі в цілому [30, с. 85].

В літературних джерелах зазвичай розглядається система показників ефективності, які визнані як значущі на практиці через їх широке застосування в аналізі і їхню доступність для різних користувачів. Вибір конкретних локальних показників може варіюватися в залежності від характеру діяльності підприємства, цілей аналізу та інших факторів. [31].

Узагальнюючи вищенаведене, можна зазначити, що існують різні методичні підходи до оцінювання економічної ефективності виробництва, і кожен з них має свої переваги та недоліки. Найпоширенішими методами є затратний, ресурсний і комбінований, які використовують як відносні, так і абсолютні показники ефективності.

Затратний метод, який базується на розрахунку собівартості продукції, може не враховувати всі аспекти виробництва і не відображати кінцеві результати. Рентабельність, яка порівнює прибуток із витратами, теж не завжди відображає справжню ефективність, оскільки деякі підприємства можуть мати збитковий бізнес, але продовжувати свою діяльність.

У випадку малого бізнесу показниками прибутковості можуть бути неінформативні, оскільки вони не враховують заробітну плату підприємця. Чиста продукція може бути корисною для оцінки ефективності, але

розбіжності в заробітній платі можуть ускладнювати її використання для порівняння різних суб’єктів господарювання.

Отже, важливо враховувати, що жоден із запропонованих методів не є універсальним, і вибір показників ефективності повинен здійснюватися з урахуванням специфіки діяльності підприємства та його цілей аналізу.

При створенні системи показників, яка повинна всебічно відображати результативність діяльності підприємств різного розміру, необхідно враховувати кілька важливих вимог:

1. Показники повинні бути достатньо точними для точного відображення об'єкта аналізу.

2. Обрані показники повинні дозволяти характеризувати досліджуваний об'єкт з різних сторін та з необхідним рівнем повноти для порівняння.

3. Для кожного показника слід визначити напрямок його зміни – чи зменшення, чи збільшення, і обрати масштаб вимірювань.

4. У системі показників не повинно бути дублюючих або зайвих показників.

З цими вимогами на увазі, до найважливіших показників результативності, які дозволяють проводити порівняльний аналіз суб'єктів господарювання різних розмірів, можна віднести наступні:

1. Вартість валової продукції на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, на середньорічного працівника, на одне господарство.

2. Виробництво продукції на 100 гектарів сільськогосподарських угідь (або ріллі).

3. Норма прибутку (чистого підприємницького доходу).

4. Окупність виробничих витрат.

5. Розмір доходу на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, на одне господарство.

6. Розмір виробничих витрат на 100 гектарів сільськогосподарських угідь, на 100 гривень валової продукції, на одне господарство.

Ці показники, коли їх розглядають разом, надають можливість глибше проаналізувати результативність різних видів господарств та відображають рівень ефективності використання різних ресурсів (землі, капіталу, праці). Така система показників може бути корисною для прийняття тактичних і стратегічних рішень на різних рівнях управління сільським господарством.

1.2. Організаційно-економічні засади функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур

Управління ефективністю аграрних підприємств має своєрідну специфіку через важливість продукції, яку вони виробляють, і створення доданої вартості. Багато підприємств намагаються підвищити свою економічну ефективність, і це часто призводить до зменшення обсягів виробництва та припинення збиткових видів діяльності, зокрема тваринництва та виробництва кормів. У сільському господарстві тільки кілька видів продукції, таких як соняшник, ріпак та зернові культури, продовжують збільшувати своє виробництво без зниження темпів.

Багато рішень для покращення умов розширеного відтворення сільськогосподарських підприємств включають у себе традиційні заходи, спрямовані на зниження виробничих витрат. Це може включати в себе скорочення технологічних процесів, використання агротехнологічних послуг, перенесення оплати податків на пізніший строк, створення резервних запасів нереалізованої продукції та інші заходи. Проте ці заходи часто дають ефект лише в короткостроковому плані, або швидко досягають своїх обмежень у застосуванні.

У ринкових умовах господарювання створення дієвого організаційно-економічного забезпечення для підвищення ефективності аграрних підприємств пов'язано із створенням центрів відповідальності, таких як центри витрат і центри прибутку, на базі виробничих підрозділів. Ця організаційна

структура дозволяє покращити управління витратами та доходами підприємства, а також збільшити відповідальність керівників підрозділів за результати їх роботи.

Зазвичай центри витрат створюються у сфері виробництва, де акцентується увага на оптимізації виробничих процесів та управлінні витратами. У той час, центри прибутку зазвичай функціонують у сфері переробки сільськогосподарської продукції та її реалізації, де головною метою є генерація прибутку.

Важливо зазначити, що структуризація підприємств за центрами відповідальності не означає, що заміна назв підрозділів автоматично призведе до покращення ефективності господарювання. Кожне підприємство може мати свої особливості, залежно від його розміру, виду виробництва і організаційної культури. Проте загальна схожість технологічних процесів у сільському господарстві та необхідність поєднання різних видів економічної діяльності сприяють відносній однорідності структури внутрішніх підрозділів, що лягло в основу центрів відповідальності.

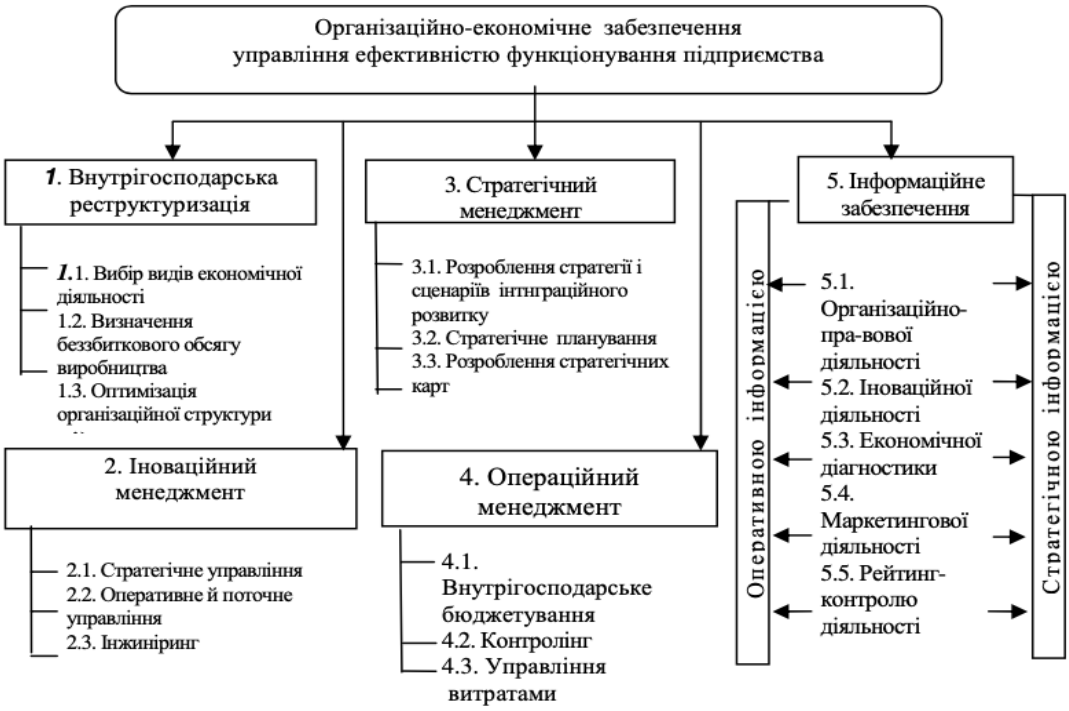


Рис. 1.1. Структура організаційно-економічного забезпечення управління ефективністю функціонування підприємства

Формування організаційно-економічного забезпечення включає в себе кілька важливих аспектів:

1. Створення ринкової інфраструктури та розвиток підприємств шляхом організації виробничо-комерційної діяльності з урахуванням можливості управління витратами.

2. Розробка стратегічного управління, включаючи планування та інформаційне забезпечення діяльності підприємств.

3. Внутрігосподарська реструктуризація та реорганізація діяльності, спрямовані на адаптацію до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Важливо також враховувати фактори, що впливають на відтворення виробничих ресурсів сільськогосподарського сектору, які можуть бути загальноекономічними або специфічними для підприємств:

1. Суспільно-політичні чинники, такі як геополітична ситуація, стабільність соціально-економічної ситуації в країні та громадські настрої.

2. Соціально-економічні чинники, такі як ефективність інститутів, стан розвитку аграрного сектору та ринку праці, прибутковість сільськогосподарських підприємств та мотивація працівників.

3. Державна аграрна політика та її пріоритети.

4. Використання сільськогосподарських ресурсів та проблеми їх використання.

5. Природно-кліматичні умови місцевостей, де розташовані сільськогосподарські підприємства.

6. Сезонність виробництва та продуктивність праці.

7. Витрати енергії та ресурсів у сільському господарстві, а також питання ресурсозбереження.

8. Впровадження інноваційних технологій, органічного землеробства та меліорацій.

Ці чинники мають вирішальний вплив на відтворення ресурсного потенціалу сільськогосподарського сектору і важливі для забезпечення

стабільності та ефективності цієї галузі. До того ж, відтворення робочої сили повинно базуватися на демографічному управлінні, мотивації аграрної праці та забезпеченні справедливого рівня доходів і життя для сільськогосподарських працівників та мешканців сільських районів. У цілому, створення ефективного та конкурентоспроможного сільського господарства є стратегічним завданням для держави і вимагає оптимального використання та відтворення ресурсного потенціалу.

У ситуації погіршення якості і деградації природних систем, нестабільності політичної та соціально-економічної ситуації у країні, проблема відтворення ресурсного потенціалу сільського господарства стає дуже важливою, але її розв'язання ускладнюється низкою факторів. Наприклад, недосконаліть національного законодавства, яке регулює еколого-економічні аспекти виробництва, і недостатність комплексного підходу до реформування ринку.

На сьогоднішньому етапі розвитку аграрних підприємств особливо важливо вдосконалювати методологічні підходи до відновлення ресурсного потенціалу. Основними складовими цього потенціалу є земля, матеріально-технічні ресурси, робоча сила, фінансові ресурси та різноманітні нематеріальні ресурси.

Земельний фонд країни складає понад 60 мільйонів гектарів, що становить близько 6% території Європи. Однак земля вже має високий рівень використання і екологічного пошкодження, а розподіл земель за цільовим призначенням є неефективним.

Матеріально-технічні ресурси аграрних підприємств поділяються на основні та оборотні засоби. Основні засоби включають машини, обладнання, транспортні засоби, будівлі, споруди та інше. Вони визначають можливість ефективно виконувати технологічні процеси. Матеріально-технічна база визначає масштаби та напрями розвитку сільського господарства.

Проблема полягає у тому, що існує недостатнє впровадження інноваційних технологій, спричинене довготривалим обміном продукції між

сільським і промисловим секторами, що обмежує розвиток інноваційних методів виробництва. Наразі лише великі агрохолдинги та підприємства можуть дозволити собі високоефективну техніку та впровадження інноваційних технологій на великих земельних ділянках.

Аграрне виробництво стикається з прагненням здобувати високий прибуток через вирощування продуктів, які потребують великих енергетичних витрат та спричиняють виснаження ґрунту. Ця проблема вимагає негайних дій на законодавчому рівні для раціонального використання сільськогосподарських земель та впровадження нових технологій обробітку ґрунту і інших методів, які зберігають і підвищують родючість ґрунтів та борються з ерозією.

Особливістю сільського виробництва є сезонність виробничих процесів, особливо в рослинництві. Це створює відмінний порядок відтворення капіталу та робочої сили, оскільки виробничий процес триває лише декілька місяців.

Тому важливо зрозуміти, що забезпечити нормативи використання оборотних коштів за рахунок власних ресурсів практично неможливо і невиправдано з економічної точки зору. Надмірність грошових коштів, які утворюються поза сезоном, може призвести до деградації капіталу і неправильного використання коштів.

У сільському господарстві відтворення ресурсного потенціалу пов'язано з природними і біологічними законами, які впливають на біологічний цикл рослин і тварин. Процес відтворення ресурсів потребує специфічного підходу і враховує велику роль природних умов.

Отже, забезпечення стійкого відтворення в аграрній сфері вимагає комплексу заходів, які включають природно-біологічні, фінансово-інвестиційні, інформаційні, кадрові, управлінські та інноваційні аспекти. Важливу роль в цьому процесі відіграє людський капітал, який формується серед сільського населення і є ключовим ресурсом сільського господарства. Вдосконалення якості цього ресурсу стає все більш важливим, оскільки

сільське господарство стає більш конкурентоспроможним і високотехнологічним.

В сільському господарстві, особливо в сучасних умовах, важливим завданням є забезпечення стійкого відтворення ресурсного потенціалу для забезпечення продовольчої та сировинної безпеки, збалансованого розвитку економіки, а також збереження природних ресурсів та екологічної стійкості. Для цього необхідно розглянути деталізовані аспекти і важливі фактори, які впливають на відтворення ресурсного потенціалу аграрного сектора:

1. Раціональне використання земель: Плодючість ґрунтів має бути збереженою та підвищеною. Це включає в себе ефективне ведення сільськогосподарської діяльності, враховуючи розподіл земель за їх цільовим призначенням та використання сучасних агротехнічних методів, спрямованих на збереження родючості ґрунтів та запобігання ерозійним процесам.

2. Інвестиції в матеріально-технічну базу: Основні та оборотні засоби грають ключову роль у сільському господарстві. Інвестиції у сучасні машини та обладнання, технологічні новації, а також підтримка аграрних підприємств є важливими для забезпечення їхньої ефективності, конкурентоспроможності та стійкості.

3. Реформи і реструктуризація: Розробка та впровадження ефективних сільськогосподарських реформ, включаючи власність на землю, підтримку малих фермерських господарств та агрохолдингів, грає важливу роль у відтворенні аграрного сектора.

4. Інноваційні технології: Впровадження інноваційних методів та технологій, таких як органічне землеробство, меліораційні заходи, нові гібриди та сорти культур, дозволяє підвищити продуктивність та зберегти ресурси.

5. Ефективність використання ресурсів: Раціональне використання енергії та ресурсів, збереження води, а також розвиток сільськогосподарського виробництва з врахуванням стійкості та ресурсозбереження є важливими аспектами.

6. Людський капітал: Розвиток і підвищення кваліфікації працівників у сільському господарстві, мотивація аграрної праці, забезпечення достойного рівня доходів та життя сільськогосподарських працівників є важливими для забезпечення сталого відтворення галузі.

7. Управління та регулювання: Ефективне управління аграрними підприємствами та галуззю в цілому, а також регулювання на державному рівні для підтримки стійкого розвитку сільського господарства.

Враховуючи ці аспекти та інші фактори, сільське господарство може забезпечити відтворення свого ресурсного потенціалу, що є критично важливим для сталого розвитку та забезпечення потреб населення в продуктах харчування та сировині, а також для збереження природних ресурсів та екологічної стійкості.

Зовнішні умови функціонування ринку насіння олійних культур значною мірою визначаються структурою цього ринку та взаємодією його основних учасників. Основними суб'єктами цього ринку є оригінатори репродукційного насіння, виробники, експортери та переробники насіння, а також держава як регулятор. Кожен з цих учасників має свої власні інтереси та завдання, пов'язані з ринковою діяльністю.

1. Оригінатори репродукційного насіння зацікавлені в тому, щоб їхні сорти та гібриди поширювалися якомога ширше в межах країни. Вони також прагнуть налагодити співпрацю з насіннєвими компаніями-виробниками, щоб забезпечити стабільний постачання насіння для масового виробництва.

2. Виробники товарної продукції олійних культур прагнуть забезпечити собі гарантований збут своєї готової продукції на ринку за ринковими цінами. Для них важливо мати стабільні зв'язки з переробниками та експортерами насіння.

3. Експортери спрямовані на постійне збільшення обсягів експорту сировини насіння олійних культур та концентрацію великих партій для ефективного вивезення на світові ринки.

4. Переробники насіння ставлять перед собою завдання виробництва олії, яка користується попитом, та її подальшого збуту. Вони зацікавлені в стабільному постачанні якісної сировини для виробництва.

5. Держава має інтерес в зміцненні потенціалу виробництва сільськогосподарської продукції та підтримці позицій на міжнародних ринках. Вона відповідає за регулювання ринку, встановлення стандартів якості та здійснення інших заходів для підтримки галузі.

На сучасному етапі розвитку ринку насіння олійних культур можна спостерігати незбалансованість взаємин між різними суб'єктами. Деякі групи, такі як потужні виробники та переробники, об'єднуються в асоціації для захисту своїх інтересів, тоді як інші, зокрема дрібні та середні виробники, можуть залишатися на пасивному фронті. Експортери працюють на посилення обсягів експорту, а іноземні постачальники намагаються розширити свою присутність на внутрішньому ринку.

У сільському господарстві існують різні комплекси, які об'єднують підприємства, спеціалізовані в виробництві, переробці та продажу конкретної продукції. Одним з таких ключових комплексів є олійно-жировий комплекс, який відзначається великим потенціалом для експорту і показує стійкий ріст у сфері економіки протягом останніх років. Існують кілька чинників, які сприяють позитивному розвитку олійно-жирового комплексу в Україні:

1. Сприятливі природно-кліматичні умови: Україна має відмінні природні умови для вирощування олійних культур, таких як соняшник і соя. Це сприяє високому врожаю та якісній сировині для подальшої переробки.

2. Зростання населення: Зі зростанням кількості населення планети зростає і загальний попит на продукти харчування, включаючи олії і жири рослинного походження.

3. Переорієнтація в харчуванні: Існують тенденції до більш здорового харчування, включаючи більше вживання олій і жирів рослинного походження, що підтримує попит на такі продукти [62, с. 41; 63; 64, с. 156; 65].

4. Геополітичне розташування: Україна має вигідне геополітичне розташування, що сприяє зручному експорту олійної продукції до різних країн.

5. Розвиток біоенергетики: Зростання біоенергетичної галузі створює стійкий попит на олійні культури, які використовуються для виробництва біопалива та інших біопродуктів.

6. Синергічний ефект: Вирощування олійних культур і подальша їхня переробка створює синергію з іншими галузями промисловості, що використовують олійне насіння та його продукти як сировину.

Усі ці фактори сприяють розвитку олійно-жирового комплексу в Україні та роблять його однією з ключових галузей сільського господарства та економіки країни.

У сучасних умовах активного розвитку світового ринку олійних продуктів, олійно-жировий комплекс стає важливим чинником для соціально-економічного розвитку України. Цей комплекс не лише сприяє зміцненню зовнішньоекономічних зв'язків країни, але й має потенціал бути сильним інструментом для вирішення економічних та соціальних проблем.

Олійно-жировий комплекс є однією з ключових сфер економіки України, яка внесок у бюджет країни. Продукція, що виготовляється в цьому секторі, є невід'ємною частиною щоденного харчування населення та входить до складу базового споживчого кошика пересічного українця. Олія та маргарин, які виробляються в цьому комплексі, є необхідними продуктами, які формують мінімальний рівень споживчого бюджету. Цей рівень, відомий як прожитковий мінімум, є важливим стандартом для гарантування мінімального рівня життя громадян.

Крім того, олійно-жировий комплекс відіграє важливу роль у забезпеченні енергетичної безпеки. Рослинні олії можуть бути використані для виробництва альтернативних видів палив, що допомагає вирішити актуальні енергетичні та екологічні проблеми нашого світу.

Таким чином, олійно-жировий комплекс України є важливим сектором, який має великий потенціал для розвитку та сприяє не лише економічному зростанню, але й покращенню якості життя громадян та забезпеченню енергетичної стійкості.

Олійно-жировий комплекс представляє собою складну систему в агропромисловому виробництві України, яка об'єднує різні етапи виробничого процесу, пов'язані з олійними культурами. Ця система включає в себе сільське господарство, вирощування олійних культур, а також їхню індустріальну переробку, зберігання, транспортування та реалізацію, при цьому супроводжується відповідним набором послуг. Такий складний структурний підхід до комплексу призводить до численних зв'язків між різними галузями економіки (рис. 1.2).

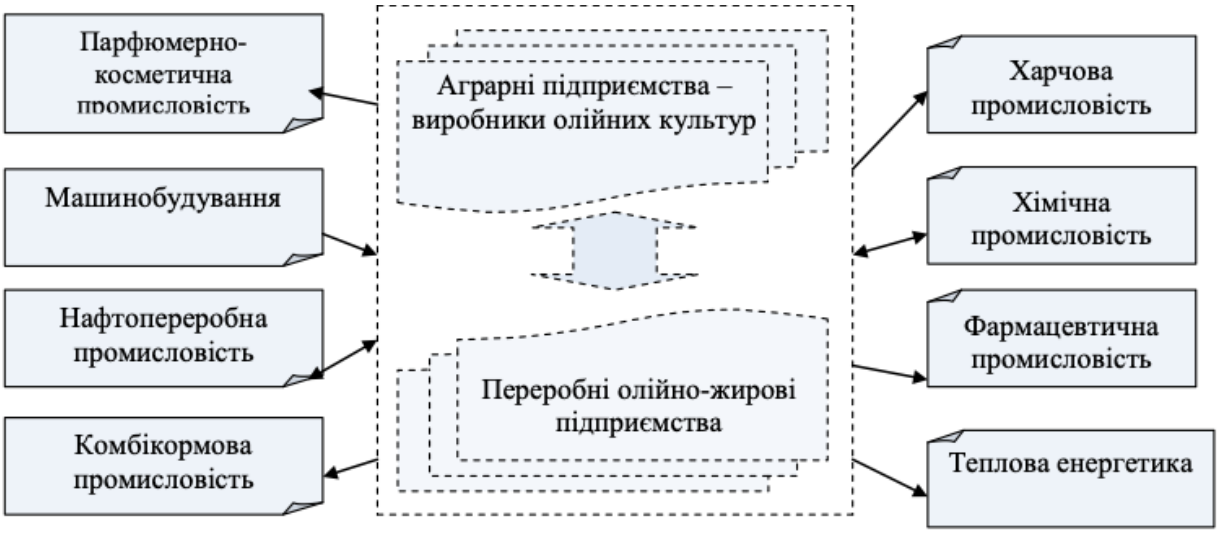


Рис. 1.2. Міжгалузеві зв’язки підприємств з виробництва та переробки олійних культур

Манойленко А. В. та Жадан Т. А. [66] вважають, що мультиплікативний ефект міжгалузевих взаємозв'язків олійно-жирового комплексу полягає в тому, що, «..з одного боку олійно-жирова галузь забезпечує населення і промисловість олійно-жировою продукцією, а з іншого – вона є замовником і

споживачем сільськогосподарської сировини, продуктів інших галузей промисловості, що в кінцевому підсумку формує економічний ефект».

Як ключовий елемент аграрного та продовольчого секторів економіки України, олійно-жировий комплекс активно сприяє дотриманню національної продовольчої безпеки. Зовнішні специфічні особливості функціонування олійно-жирового комплексу включають в себе вплив зовнішніх чинників та умов, які впливають на галузь в цілому. Ці фактори можуть включати світовий попит на олійні культури і продукти їх переробки, коливання цін на сировину та готову продукцію на світовому ринку, тарифи та мита на експорт і імпорт, геополітичні конфлікти, кліматичні умови та природні катастрофи, що можуть впливати на урожайність та якість сільськогосподарської продукції. Загальногалузеві специфічні особливості олійно-жирового комплексу включають у себе характеристики, які є характерними для всієї галузі. Це може включати вирощування певних видів олійних культур, таких як соняшник, соя, рапс, оливки, пальма, і інших, а також їх технологічну переробку на виробництво олій і жирів. Галузь також може визначатися певними стандартами та нормами безпеки та якості для продукції. Внутрішні специфічні особливості функціонування підприємств олійно-жирового комплексу включають в себе організаційну структуру підприємств, їх технічну базу, кадровий потенціал, стратегії управління та маркетингу, а також рівень технологічних інновацій і досліджень в даній галузі. Важливою частиною внутрішніх специфічних особливостей є також взаємодія з іншими суб'єктами ринку, включаючи оригінаторів репродукційного насіння, виробників, експортерів, переробників, і державні органи, які регулюють галузь. Усі ці специфічні особливості разом визначають структуру та функціонування олійно-жирового комплексу в Україні і мають важливе значення для розвитку цієї галузі та впливу на соціально-економічний розвиток країни в цілому (рис. 1.3).

Зовнішні особливості охоплюють різноманітні аспекти розвитку галузі в цілому. Ця група факторів включає в себе сучасні процеси та явища, які

впливають на олійно-жировий комплекс в Україні, такі як світовий попит на олійні культури та продукцію з них, коливання цін на сировину та готову продукцію на світовому ринку, тарифи та мита на міжнародну торгівлю, політичні та геополітичні події, кліматичні та природні умови, які впливають на вирощування культур, а також інші зовнішні фактори, що визначають розвиток галузі.

Загальногалузеві особливості стосуються характерних рис агропромислового виробництва в Україні загалом. Сюди входять специфічні аспекти вирощування олійних культур, їх технологічна переробка, вимоги до якості та безпеки продукції, а також нормативи та стандарти, які регулюють діяльність галузі.

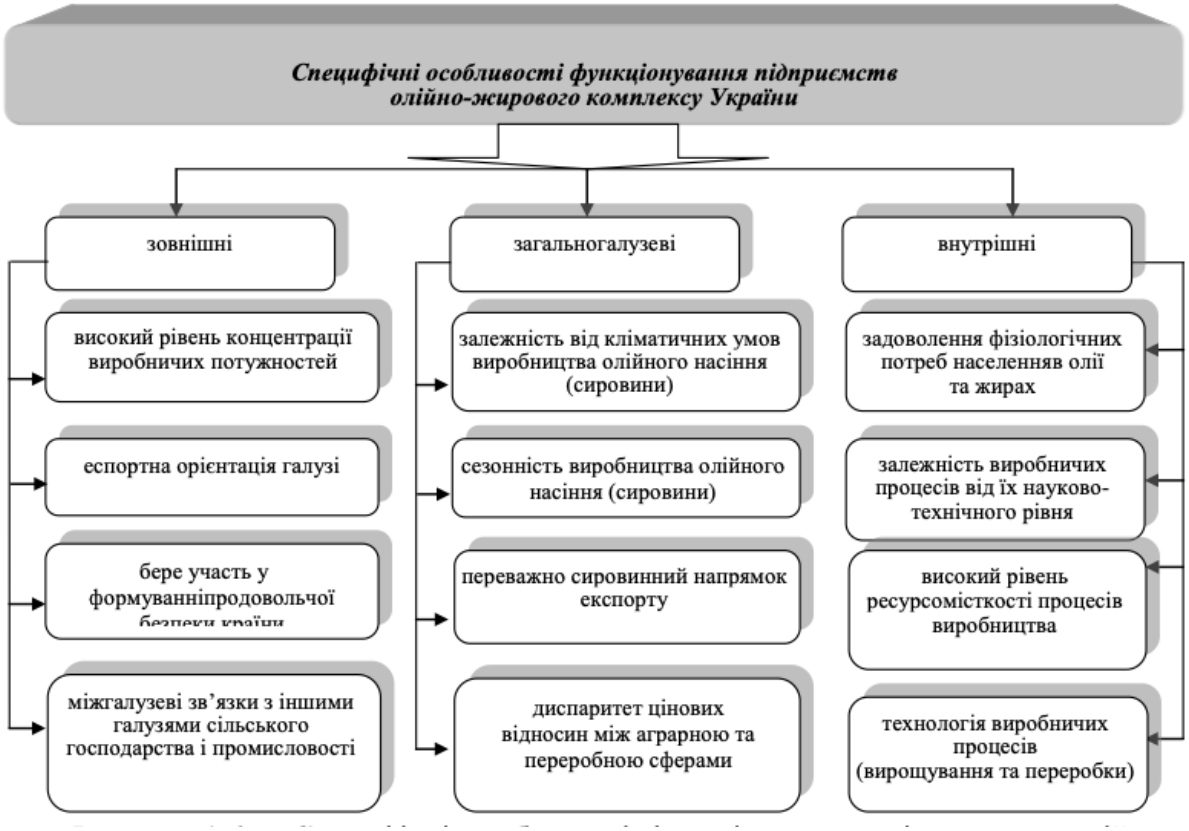


Рис. 1.3. Специфічні особливості функціонування підприємств з виробництва та переробки олійних культур

Внутрішні особливості функціонування підприємств олійно-жирового комплексу виникають внаслідок взаємодії зовнішніх і загальногалузевих факторів. Ця група факторів включає в себе організаційну структуру

підприємств, їх технічну базу, кадровий потенціал, стратегії управління та маркетингу, рівень технологічних інновацій та наукових досліджень в галузі. Важливою частиною внутрішніх особливостей є також взаємодія з іншими суб'єктами ринку, включаючи оригінаторів репродукційного насіння, виробників, експортерів, переробників та державні органи, які регулюють галузь.

Загалом, ці специфічні особливості визначають контекст та умови, в яких функціонує олійно-жировий комплекс в Україні. Врахування цих факторів дозволяє приймати ефективні управлінські рішення та сприяє розвитку галузі на більш якісному рівні (рис. 1.4).

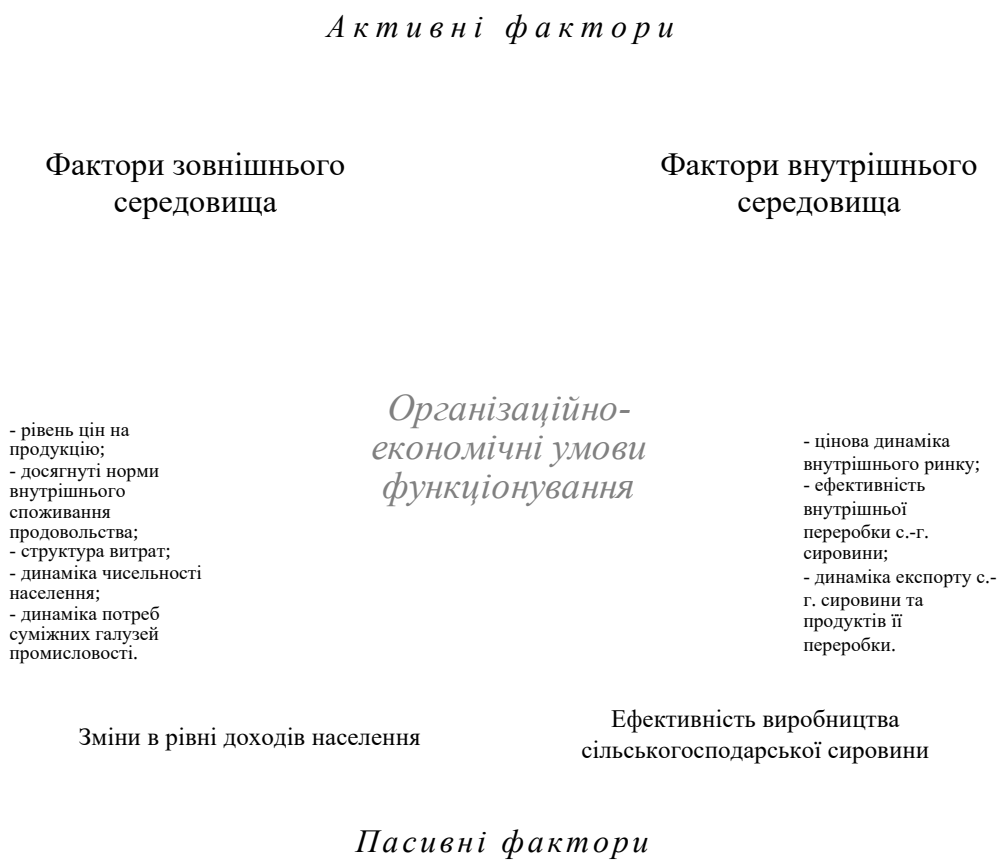


Рис. 1.4. Факторна модель формування організаційно-економічних умов функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур

Україна має довгу історію вирощування олійних культур, таких як соняшник, соя, ріпак і інші. Ці культури відіграють важливу роль у сільському господарстві країни і мають великий економічний вплив на розвиток агропромислового сектору.

Однією з основних особливостей розвитку ринку олійних культур є зростання експорту цих продуктів в країни Європейського Союзу. Це свідчить про високу якість українських олійних культур і їх відповідність міжнародним стандартам. Зростання експорту сприяє розвитку аграрного сектору і підвищенню прибутковості для сільськогосподарських підприємств.

Крім того, важливим фактором є збільшення об'ємів переробки сої та ріпаку. Це вказує на розширення виробництва олій та жирів, які є важливими компонентами в харчовій і промисловій галузях. Переробка олійних культур додає значну вартість сировині і створює нові можливості для розвитку промисловості.

Переорієнтація посівів на соняшник також впливає на ринок олійних культур. Соняшник є важливою культурою для виробництва соняшникової олії, яка широко використовується в харчовій промисловості та виробництві біопалива. Зміна структури посівів відповідає попиту на ринку та сприяє розвитку виробництва цієї цінної продукції.

Наступним аспектом є перегляд організації продажу олійних культур через безпечні канали збуту. Це стосується не лише внутрішнього ринку, але й експорту. Україна прагне забезпечити високу якість та безпеку своєї продукції для споживачів, що є важливим кроком для підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Усі ці особливості впливають на економіку України і її позиції на світовому ринку. Незважаючи на виклики та зміни на ринку олійних культур, цей сектор продовжує залишатися важливою галуззю для країни, яка сприяє її економічному розвитку і забезпечує продовольчу безпеку.

Для досягнення більшої ефективності виробництва олійної продукції, головне завдання - визначити ключові аспекти, які мають вирішальне значення

для майбутнього розвитку підприємств у цій галузі. Точне визначення напрямків підвищення ефективності діяльності підприємств олійної промисловості буде залежати від аналізу організаційно-економічних умов їхньої функціонування, з урахуванням особливостей цього бізнесу в умовах воєнного стану і потенційних перспектив його розвитку.

Тобто, для досягнення кращої продуктивності виробництва олійних продуктів необхідно визначити ключові питання, які визначатимуть подальший розвиток підприємств цієї галузі. Оцінка організаційно-економічних умов їх функціонування та розуміння специфіки цього бізнесу в умовах конфлікту, а також можливостей для майбутнього росту, буде визначати найбільш оптимальні шляхи підвищення продуктивності на цих підприємствах.

Сучасний стан суспільства, економіки і політичної ситуації в Україні, а також введений воєнний стан, суттєво впливають на спосіб функціонування аграрного сектору. Успішність діяльності підприємств, які спеціалізуються на виробництві олійної продукції, значною мірою залежить від ситуації на ринку олійних культур.

Іншими словами, огляд сучасної суспільно-економічної та політичної обстановки в Україні, а також наявний воєнний стан, впливає на спосіб, яким агробізнес організовує свою роботу. Успішність підприємств, що спеціалізуються на виробництві олійної продукції, в значній мірі залежить від ситуації на ринку олійних культур і може бути визначена кон'юнктурою цього ринку (рис. 1.5).

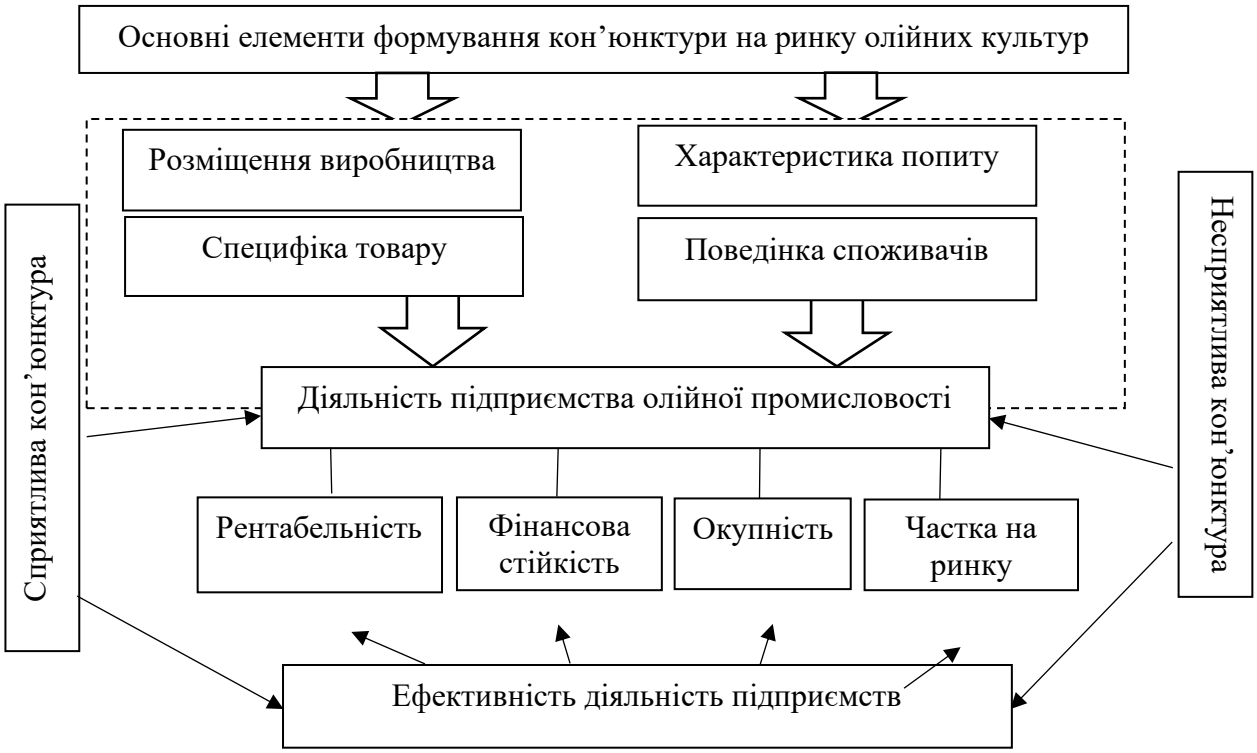


Рис. 1.5. Особливості кон'юнктури ринку олійних культур та її вплив на ефективність виробників*

* складено автором

Отже, ринок олійних культур характеризується кількома ключовими особливостями:

1. Розміщення виробництва: Виробництво олійної продукції часто розташоване в регіонах, де вирощуються відповідні сировинні культури і є зручний доступ до транспортної інфраструктури. Підприємства можуть вибирати між стратегіями горизонтальної (різні суб'єкти господарювання займаються окремими етапами виробництва) і вертикальної інтеграції (одне підприємство володіє всіми етапами виробництва).

2. Специфіка товару: Особливість продукції олійних культур полягає в тому, що деякі її компоненти можна зберігати тривалий час і легко транспортувати. Наприклад, зерно олійних культур є продуктом тривалого зберігання, що сприяє стабільності цін.

3. Характеристика попиту: Оскільки продукція олійних культур є важливою частиною харчування населення, попит на неї залишається

стабільним. Велика частина продукції відзначається низькою чутливістю до змін цін.

4. Поведінка споживачів: Споживання олійних культур частково залежить від доходів населення. Цей параметр має важливе значення для бізнесу, оскільки впливає на структуру споживання продукції.

5. Експортоорієнтованість: Олійна галузь України сильно залежить від експорту. Рішення стосовно виробництва і продажу продукції олійних культур часто приймаються з урахуванням її впливу на зовнішню торгівлю країни.

Отже, при плануванні фінансових показників підприємств, які займаються виробництвом і переробкою олійних культур, необхідно враховувати складну кон'юнктуру ринку, де взаємодіють різноманітні фактори попиту і пропозиції, які можуть піддаватися впливу як ситуаційних, так і регуляторних заходів держави.



Рис. 1.6. Суб'єкти олійно-жирового комплексу економіки України

Ситуація з організаційно-економічними умовами функціонування підприємств олійно-жирового підкомплексу включає декілька ключових аспектів:

1. Додержання законодавства та регулюючих норм: Це включає в себе відповідні дозвільні процедури, податкові вимоги, умови праці, банківські питання, антимонопольні вимоги та інші аспекти. Належне дотримання цих правил стає важливим елементом для підприємств у контексті олійної промисловості, особливо в умовах воєнного стану, який може вплинути на виробництво та експорт.

2. Виконання рішень органів влади: Ця категорія умов залежить від регіональних програм розвитку, доступності землі та інфраструктури в різних регіонах.

3. Мотивація та відповідальність: Агровиробники, які займаються вирощуванням олійних культур, часто прив'язані до сільських регіонів, і це може створювати додаткові виклики через великі витрати на транспортування і обмежену доступність робочої сили. Також, їх доходи можуть бути обмеженими через велику залежність від сільськогосподарських земель. Це може вплинути на їхню мотивацію та конкурентоспроможність.

4. Фінансово-економічний стан: Продукція олійних культур є матеріалоємною, і якщо використовується застаріла техніка, це може призвести до втрат врожаю та збільшених витрат на пальне та обробку. Важливо також вести облік та аналіз витрат для ефективного планування.

5. Організаційно-економічні форми зв’язків: Більші переробні та торгові підприємства можуть мати переваги завдяки різним організаційно-економічним формам зв’язків та можливостями укладати вигідні угоди. Однак аграрії, які вирощують олійні культури, часто є меншими за розміром підприємствами та можуть стикатися з обмеженою ринковою силою.

6. Платоспроможність попиту та ринкова кон’юнктура: Рішення переробників і постачальників ресурсів для виробництва олійних культур залежать від можливостей споживачів витрачати гроші на готову продукцію.

Також, виробництво олійних культур може бути обмежене природно-кліматичними умовами та доступністю якісних добрив і хімікатів.

7. Залежність від природно-кліматичних умов: Зміни клімату можуть вимагати нових підходів до вирощування олійних культур, включаючи використання ресурсозберігаючих технологій та врахування специфічних кліматичних умов.

Отже, ці фактори та умови впливають на функціонування підприємств олійно-жирового підкомплексу та вимагають уважного аналізу та стратегічного планування для досягнення ефективності в цій галузі.

Розвинуті країни світу також вкладають значні кошти для підтримки своїх внутрішніх сільськогосподарських виробників. Це стосується як країн із складними природно-кліматичними умовами для сільськогосподарського виробництва (наприклад, Японія та скандинавські країни), так і країн із сприятливими умовами (наприклад, США, Франція, Нова Зеландія тощо).

Зазвичай Україну раніше вважали однією з країн із найкращими грунтами та кліматичними умовами для сільськогосподарського виробництва. Проте, сучасні умови змінили картину. Велика частина земель в Україні знаходиться в окупації або недоступна для обробки через мінування, забруднення отрутою, залишки пального та хімічні відходи від воєнних дій.

У сучасній ринковій економіці державна підтримка агробізнесу основною мірою здійснюється через фінансову підтримку та розвиток територій. Проте воєнна ситуація змінила плани, реальність та фінансові можливості державного бюджету, що спричинило потребу у перегляді стратегій та підходів до підтримки сільськогосподарського сектору.

У дослідженні було встановлено, що ринок олійних культур є дуже чутливим до змін в економічному оточенні. Ця чутливість визначає, наскільки ефективно підприємства-виробники можуть здійснювати свою діяльність. Сучасні умови підсилюють цю чутливість, оскільки врівноваження між попитом і пропозицією на ринку може відбуватися як у відповідь на ситуаційні фактори, так і через регулювання з боку держави.

Отже, зміни в зовнішньому середовищі можуть викликати відповідні зміни у внутрішньому середовищі та в економічному поведінці підприємств. Ці підприємства можуть адаптувати свою діяльність для задоволення потреб вітчизняних споживачів. Це можливо, якщо буде відновлена нормальна та безпечна робота підприємств, зросте попит на продовольчі товари на внутрішньому ринку, і зміниться галузева структура виробництва та переробки олійних культур. При цьому ціни на їхню продукцію дозволять компенсувати витрати на виробництво, навіть якщо продукція спрямовується виключно на внутрішній ринок.

Важливо підкреслити, що ці організаційно-економічні умови функціонування підприємств олійної промисловості впливають на прийняття стратегічних управлінських рішень, таких як вступ або вихід з ринку, і формують взаємовідносини між учасниками ринку олійних культур на певний період часу.

1.3. Ідентифікація функціональних та інтеграційних напрямів підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур

У зв'язку з жорсткою конкуренцією між підприємствами, які виробляють продукцію з олійних культур та її переробку, основна увага спрямована на збільшення ефективності їхньої основної діяльності. Це пояснюється тим, що багато підприємств мають схожі економічні умови, масштаби виробництва та розміри, що призводить до використання стандартних рішень і практик з метою підвищення своєї ефективності. Важливо відзначити, що внутрішній ринок України для продукції олійних культур характеризується вираженою концентрацією споживачів, які встановлюють умови та вимоги, а тому це ринок, де покупці мають значний вплив.

Отже, через жорстку конкуренцію та схожі умови діяльності, підприємства-виробники олійних культур спрямовують свої зусилля на підвищення ефективності своєї основної діяльності. Це призводить до використання стандартних рішень та традиційних підходів для досягнення цієї мети.

Звідси, основний акцент у сфері виробництва олійних культур і їх переробки спрямований на вдосконалення всіх аспектів діяльності. У контексті високої конкуренції та схожих умов функціонування підприємств зазначених галузей, компанії шукають способи підвищення своєї ефективності та конкурентоспроможності. Для цього вони використовують різноманітні підходи та стратегії:

1. Технологічний прогрес: Підприємства інвестують у сучасне обладнання та передові технології для підвищення продуктивності та якості продукції. Впровадження автоматизації та механізації процесів робить виробництво більш ефективним та економічним.

2. Диверсифікація продукції: Підприємства розширюють асортимент продукції, включаючи різні види олійних культур та продуктів їх переробки. Це дозволяє розподілити ризики та забезпечити стабільність у виробництві.

3. Вдосконалення ланцюжка постачання: Підприємства співпрацюють з постачальниками та роздрібними покупцями, щоб оптимізувати логістичні процеси та знизити витрати на транспортування та зберігання.

4. Дослідження ринку: Аналіз кон'юнктури ринку олійних культур допомагає підприємствам адаптуватися до змін у попиті та цінах на продукцію. Вони враховують попит споживачів та реагують на зміни в умовах конкуренції.

5. Екологічна стійкість: З урахуванням ростучого інтересу споживачів до екологічно чистих продуктів, підприємства орієнтуються на виробництво з мінімальним впливом на навколишнє середовище.

6. Робота зі спільнотою: Деякі підприємства здійснюють соціальну відповідальність та співпрацюють з місцевими спільнотами, щоб покращити умови життя та розвиток регіонів, де вони функціонують.

7. Залучення фінансових ресурсів: Підприємства шукають джерела фінансування для розширення та модернізації виробництва, включаючи кредити, інвестиції та гранти.

Загалом, умови жорсткої конкуренції та низької прогнозованості на ринку олійних культур змушують підприємства активно працювати над вдосконаленням своєї діяльності, щоб залишатися ефективними та конкурентоспроможними на цьому ринку.

Розвиток виробництва олійних культур в Україні має велике стратегічне значення, оскільки ця галузь сприяє створенню конкурентних переваг як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Метою проведеного дослідження є вивчення особливостей управління економічною поведінкою підприємств-виробників олійних культур в Україні та її прояву в сучасних умовах.

Результати дослідження підтвердили, що модель економічної поведінки виробників олійних культур відображає рівень їх участі у економічних процесах на різних рівнях, їхні фінансові та організаційні можливості і визначає їхню позицію на ринку, а також роль у вирішенні соціальних проблем.

Також було виявлено, що економічна поведінка підприємств залежить від стану економіки в країні, в якій вони діють. Зміни у зовнішньому середовищі можуть призвести до внутрішніх змін у підприємствах та їхній економічній стратегії. Такі фактори слід враховувати при формуванні державної політики розвитку та підтримки сільськогосподарського сектору.

Сучасні трансформаційні процеси вимагають змін у системі управління підприємствами та формуванні нових напрямків економічної поведінки. Відновлення роботи підприємств та їх розвиток після воєнних конфліктів формує нові правила та норми взаємодії з іншими учасниками ринку, такими як споживачі, постачальники, посередники та фінансові установи.

Необхідність переходу виробничих відносин на більш якісний рівень у сучасній економіці наростає з кожним днем через зростання глобальних викликів і зміну обставин. Одним із секторів, де це особливо важливо, є агробізнес, і, зокрема, вирощування олійних культур в Україні.

Агробізнес та виробництво олійних культур в Україні мають великий потенціал для задоволення попиту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Однак, для досягнення цього потенціалу потрібна ефективна стратегія управління економічною поведінкою підприємств.

Моделювання економічної поведінки може стати потужним інструментом для підприємств-виробників олійних культур. Воно допоможе адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, враховуючи економічні, фінансові, та організаційні можливості. Такий підхід сприятиме оптимізації використання ресурсів та підвищенню конкурентоспроможності на ринках олійних продуктів.

Важливо також зауважити, що на сьогоднішній день Україна переживає важкі часи через воєнний стан та його наслідки. Це внесло значні зміни в умови господарювання, і зміни цінової ситуації не завжди користуються підтримкою виробників олійних культур. У таких обставинах управління ефективністю стає пріоритетом для економіки та суспільства загалом.

Таким чином, перехід до більш якісних виробничих відносин у сільському господарстві та агробізнесі є критично важливим завданням, і він вимагає ретельного вивчення і розробки нових стратегій управління економічною поведінкою підприємств для впорядкування ситуації і підвищення конкурентоспроможності.

Ефективність та вчасність рішень, які підприємство приймає в сфері економічної діяльності, є ключовими чинниками для досягнення успіху і отримання високих прибутків для його власників. Дослідження світового досвіду вказує на кілька основних напрямків розвитку галузі вирощування олійних культур:

1. Технічне переозброєння та модернізація матеріально-технічної бази підприємства та методів вирощування олійних культур.

2. Використання інтенсивних, ресурсозберігаючих та енергоефективних технологій виробництва.

3. Впровадження нових методів збуту та маркетингу продукції.

4. Розширення ринків збуту для виробленої продукції.

5. Використання нових сортів та гібридів при вирощуванні олійних культур.

Але слід зауважити, що конкретна модель економічної поведінки підприємства буде визначатися його специфікою. Ця модель враховує рівень участі підприємства в економічних процесах на різних рівнях, його фінансові та організаційні можливості, а також визначає його позицію на ринку та у вирішенні соціальних проблем. Важливо враховувати, що економічна поведінка підприємства може змінюватися в залежності від економічної ситуації в країні, де воно діє. Наприклад, під час економічної кризи відносини з державою та партнерами можуть стати більш напруженими.

На рис. 1.7 представлені особливості економічної поведінки підприємств, які вирощують олійні культури, в залежності від стану економіки у країні. Ця діаграма може ілюструвати, як змінюється спосіб діяльності цих підприємств у різних економічних умовах. Нижче наведено пояснення основних елементів рисунку:

1. Ситуація 1 (Стабільна економіка): У стабільних економічних умовах підприємства-виробники олійних культур можуть працювати в режимі звичайного функціонування. Вони спрямовують зусилля на підвищення якості та кількості виробленої продукції, розвиток нових технологій і можливість розширення ринків збуту.

2. Ситуація 2 (Економічний зростання): При настанні економічного зростання в країні, підприємства можуть активно розширювати свою діяльність. Вони інвестують у розвиток та модернізацію, щоб відповісти на зростаючий попит на олійні культури.

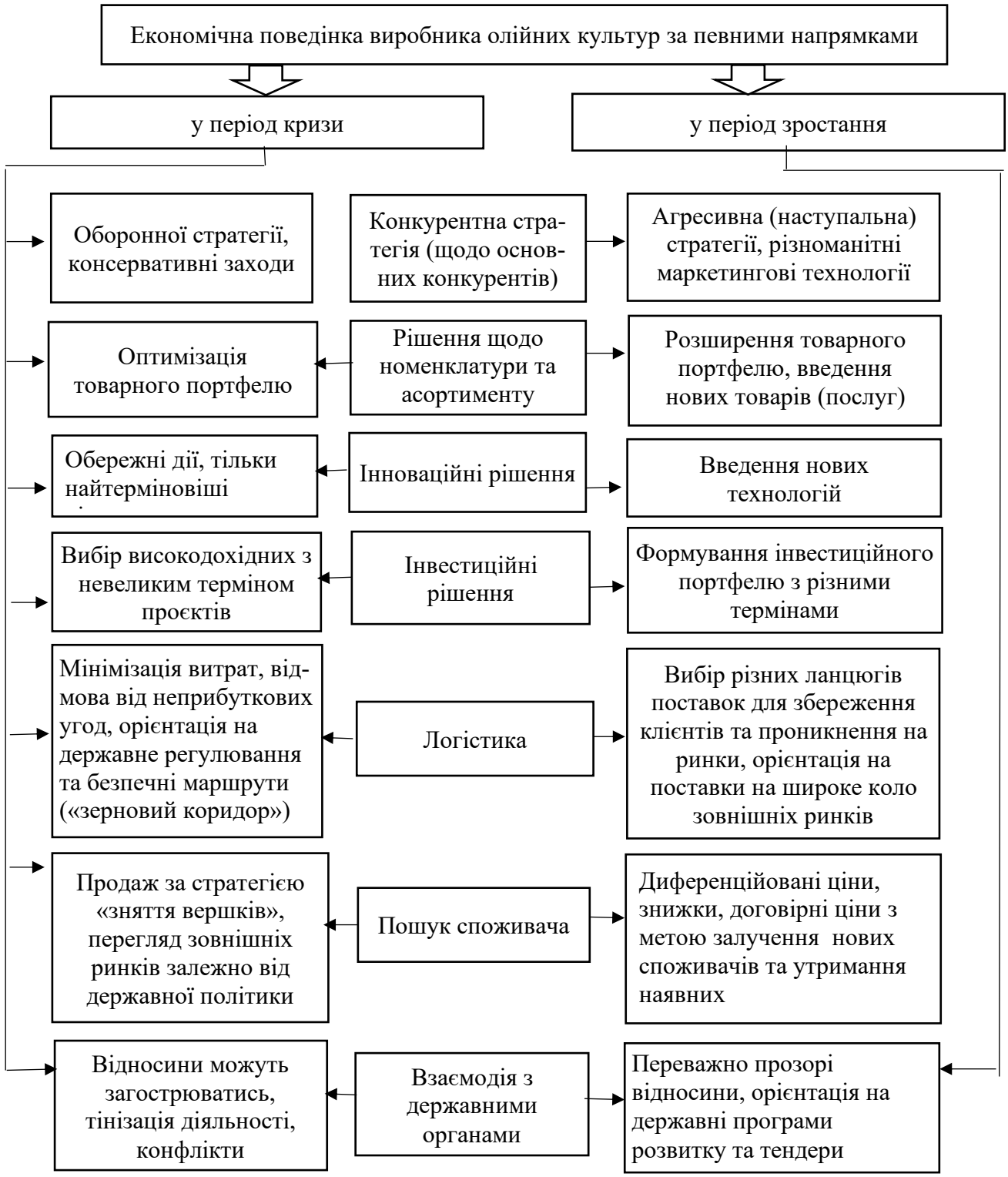


Рис. 1.7. Особливості прояву економічної поведінки виробника олійних культур залежно від стану економіки в країні

** Складено автором на основі узагальнення*

3. Ситуація 3 (Економічна криза): Під час економічної кризи, підприємства можуть стикатися з викликами, такими як зменшення попиту на продукцію, фінансові труднощі і обмежені можливості розвитку. Вони можуть перебудовувати свою стратегію, зменшувати витрати та шукати нові ринки збуту.

4. Ситуація 4 (Змінені торговельні умови): Якщо змінюються торговельні умови на міжнародному ринку, підприємства-експортери можуть змінювати свою стратегію експорту та пошуку нових замовників.

5. Ситуація 5 (Політична нестабільність): Політичні турбулентності і нестабільність у країні можуть впливати на діяльність підприємств, змушуючи їх адаптуватися до нових умов і ризиків.

6. Ситуація 6 (Соціальні проблеми): Соціальні проблеми, такі як брак робочої сили або проблеми з охороною навколишнього середовища, можуть також впливати на економічну поведінку підприємств.

Ця діаграма відображає, що економічна поведінка підприємств-виробників олійних культур є динамічною і змінюється у відповідь на зміни в економічних та соціальних умовах країни.

Отже, коли економіка України розвивається стабільно і ринкові відносини функціонують належним чином, вибір економічної стратегії для підприємств, що виробляють олійні культури, в значній мірі залежить від їхнього фінансового стану та здатності до інновацій. Також важливою є ефективність застосовуваних конкурентних стратегій.

Макроекономічні кризи є необхідною частиною економічного циклу, і їх глибина може бути різною, залежно від дій та політики держави, таких як митно-податкові заходи, організаційні реформи та соціальні програми. Проте незалежно від характеру кризи, існують певні конфліктні ситуації, з якими часто стикаються підприємства-виробники олійних культур, такі як неплатежі від контрагентів, зміни умов поставок сировини, банкрутство постачальників і покупців, порушення угод і відмови від спільних проєктів.

Сфера виробництва і переробки олійних культур в Україні, в основному, спрямована на експорт. Тому економічна невизначеність для підприємств стає однією з ключових загроз економічній безпеці. Економічна криза може призвести до зменшення ринкової капіталізації підприємств та зростання соціальної напруги.

Важливою є також реакція підприємств на зовнішні зміни у ринкових умовах. Це передбачає планування антикризових заходів і здатність адаптуватися до змін в цінах, податках, курсах валют і інших ринкових факторах.

Держава повинна створювати інститути, які були б адаптивними до ринкових умов та здатні враховувати національні особливості економіки, а також сприяти розвитку агропромислового сектору, який має важливе значення на світовому ринку олійних культур.

Отже, у порівнянні з макроекономічними кризами, які можуть статися періодично і для яких існують засоби подолання, військова агресія має своєрідну природу та негативний вплив на будь-які галузі бізнесу, включаючи аграрний сектор, і раніше в Україні не було досвіду виживання в таких умовах. Останній рік відзначився кризою у виробництві олійних культур, спричиненою наслідками військових дій, які змінили умови та можливості збуту, призвели до втрат ринків та ускладнили логістичні маршрути. Зростаюча експортоорієнтованість олійної промисловості, особливо в сегменті насіння, створює додаткові труднощі та знижує прибутковість виробництва олійних культур.

Ситуація також ускладнюється очікуваннями та діями у контексті державного регулювання та безпекової ситуації, що обмежує можливості бізнесу. Конфлікти виникають і в сфері регулювання каналів збуту, відшкодування збитків, завданих майну та врожаю, а також у сфері земельних відносин. Необхідно також відзначити проблеми, пов'язані з енергопостачанням, оскільки багато енергетичних об'єктів було пошкоджено, що призвело до серйозних проблем у живленні підприємств. Деякі агробізнес-

підприємства купили генератори для страхування, інші вимагають включення їх до списку критичної інфраструктури через їхню вибухонебезпечність. Деякі підприємства зазнали збитків і вимушені відправити працівників у вимушений простій, або продавали продукцію без додаткового оброблення та контролю якості через неможливість довести її до вищого стандарту тощо.

Зазначена ситуація дуже важка і вимагає уваги і аналізу з багатьох аспектів. Давайте розглянемо кілька ключових аспектів цієї проблеми:

1. Втрати на ринках та складнощі в збуті: У зв'язку зі змінами на ринку та втратою доступу до певних ринків збуту виробники олійних культур стикаються зі значними втратами прибутку. Зокрема, це може включати в себе непродаж виробленої продукції, зміну кон'юнктури попиту на ринку, зміну цін на сировину та готову продукцію.

2. Логістичні проблеми: Військові конфлікти можуть спричинити перешкоди у транспортуванні товарів. Пошкоджені або знищені транспортні шляхи та інфраструктура можуть значно ускладнити логістичний ланцюг виробництва та доставки продукції до ринків.

3. Зміни в економічній політиці: Державні органи можуть змінити економічну політику та регулювання, щоб відповісти на кризову ситуацію. Це може включати в себе зміни в податковому режимі, тарифах, валютному обміні та інших аспектах, які можуть вплинути на прибутковість та діяльність підприємств.

4. Проблеми з енергопостачанням: Зруйновані об'єкти енергетичної інфраструктури можуть призвести до значних перерв у електропостачанні для виробництва та переробки сільськогосподарської продукції. Це може вимагати додаткових витрат на генератори або спричинити потребу у державних заходах для відновлення інфраструктури.

5. Вплив на економічну стабільність та безпеку: Військові конфлікти можуть підірвати економічну стабільність країни та призвести до загострення соціальної напруженості. Це може негативно вплинути на інвестиції та бізнес-

клімат, змушуючи підприємства обмежувати інвестиційні програми та затримувати розвиток.

6. Необхідність антикризових заходів: Виробники олійних культур повинні розглядати можливість впровадження антикризових заходів, таких як диверсифікація ринків збуту, планування ризиків, оптимізація витрат та пошук нових можливостей для прибутковості в умовах кризи.

У цій ситуації важливим є співпраця між підприємствами, урядом та іншими зацікавленими сторонами для знаходження шляхів подолання проблем та підтримки аграрного сектору під час важких періодів. Також, аналіз динаміки ринкових чинників та використання актуальної економічної інформації може допомогти підприємствам планувати свою діяльність та адаптуватися до змін в економічному середовищі.

На початку 2023 року Кабінетом міністрів України було ухвалено Постанову №1, яка надає можливість підприємствам купувати імпортну електроенергію безпосередньо та отримувати її в пріоритетному режимі [7]. У зв'язку з цим виникають різні точки зору серед аграріїв. З одного боку, цей механізм відкриває альтернативний шлях для отримання стабільного електропостачання, і, за обіцянками, це має бути економічно вигідніше, ніж виробництво власною генерацією. Однак існують певні невизначеності щодо того, як саме цей механізм працюватиме і яким чином він користуватиметься агропідприємствам, що використовують електроенергію у своїй діяльності. Таким чином, існують багато невирішених питань, які ускладнюють вибір належної моделі економічної поведінки для виробників олійних культур.

За думкою аналітиків, закупівля імпортної електроенергії може виявитися цікавою для середніх та великих підприємств, для яких витрати на електроенергію не є суттєвою частиною собівартості готової продукції, але безперебійне постачання електроенергії є критично важливим для забезпечення нормального функціонування виробництва. У випадку малих підприємств підписання комерційного договору на закупівлю імпортної

електроенергії може бути менш вигідним, оскільки такі підприємства зазвичай використовують електроенергію в рамках універсальної послуги.

Таким чином, впровадження нового механізму може мати різні наслідки для різних категорій підприємств, і вони вивчають можливі варіанти та переваги, щоб прийняти найкраще рішення для свого бізнесу.

Модель економічної поведінки підприємства, яке спеціалізується на виробництві олійних культур, відображає, як воно взаємодіє з економічними процесами на різних рівнях. Вона враховує фінансові та організаційні можливості підприємства, а також його позицію на ринку цих культур і його роль у вирішенні суспільних проблем сучасного життя. Важливо відзначити, що економічна поведінка підприємства може варіюватися в залежності від економічної ситуації в країні, де воно діє. Наприклад, під час економічної кризи, підприємство може вести інший тип діяльності та взаємодіяти зі своїми партнерами та державою інакше, ніж у стабільні періоди.

Також відзначено, що позитивні зміни в зовнішньому середовищі можуть вплинути на внутрішнє середовище підприємства та його економічну поведінку. Наприклад, якщо створяться сприятливі умови для внутрішнього ринку, то підприємства можуть переорієнтувати свою діяльність на внутрішній ринок та знайти нові можливості для розвитку.

Слід підкреслити, що наявні проблеми та кризові ситуації в агросфері, а також різноманітність економічної поведінки підприємств, вказують на необхідність глибшого розуміння мотивацій цих підприємств, включаючи аспекти їх культурної та соціально-психологічної поведінки. Це стає важливим при формуванні нових стратегій та напрямків економічної поведінки підприємств. Такі зміни відбуваються в умовах відновлення роботи підприємств та їх спрямування на розвиток у післявоєнний період, і вони формують нові норми і правила взаємодії між підприємствами та іншими учасниками ринку.

В умовах відкритого ринку, коли агропідприємства досягли максимальної ефективності в своїй діяльності, стає важливим розглядати

можливості об'єднання та співпраці між підприємствами для подальшого росту. Перехід до більш високого рівня розвитку економічних і виробничих відносин в агробізнесі стає актуальним, і в цьому контексті виникає потреба в дослідженні і моделюванні економічної поведінки підприємств в інтегрованих структурах, враховуючи сучасні глобальні виклики.

Цей підхід може допомогти підприємствам, які займаються виробництвом та переробкою олійних культур, ефективно використовувати свої потенційні ресурси та здійснювати спільну діяльність, що в подальшому підвищить їх конкурентоспроможність на ринках. На жаль, в умовах військового конфлікту існує великий ризик для агропідприємств, їх можуть закривати через втрати у сільському господарстві та інших сферах. Однак відновлення олійної промисловості є пріоритетом не лише під час воєнного стану, а й після його завершення. Це робить актуальним питання управління ефективністю агропідприємств через їх інтеграцію та співпрацю, і це стає важливим завданням для національної економіки.

Мотивація за рекомендаціями щодо покращення вирощування та переробки олійних культур в основному полягає у виявленні ключових питань, які є фундаментальними для розвитку підприємств у сільському господарстві. Однак іноді може виникнути ситуація, коли звичайні методи для підвищення ефективності підприємств-виробників та переробників олійних культур вже вичерпані, і необхідно вдаватися до більш складних стратегій, включаючи інтеграцію з іншими підприємствами або структурами.

Сільськогосподарський сектор є важливим галуззю економіки, яка відіграє велику роль у соціально-економічному розвитку країни та забезпечує національну продовольчу безпеку. Однією з ключових галузей в агропромисловому комплексі є вирощування олійних культур, оскільки їх продукція виступає як основний компонент стратегії для виходу на світові ринки з високоякісною та екологічно безпечною продукцією.

Для підвищення ефективності вирощування олійних культур необхідно враховувати ряд факторів:

1. Чергування сівозміни: Дотримання правильної сівозміни є важливою складовою для успішного вирощування олійних культур. Різні культури можуть бути висіяні на полях після попередніх врожаїв, і ця практика сприяє збереженню родючості ґрунту. Наприклад, соняшник часто вирощують після культур, таких як кукурудза, ячмінь, картопля, інші олійні культури, які залежать від озимих, можуть іти після цих озимих культур.

2. Регіональне розміщення: Важливо враховувати аграрні особливості та кліматичні умови регіону для оптимального розташування посівів олійних культур. Вибір сортів і технологій вирощування також повинен бути адаптованим до конкретних умов.

3. Інтенсивні технології: Застосування сучасних інтенсивних технологій у вирощуванні та зборі врожаю може допомогти оптимізувати витрати та підвищити врожайність.

4. Використання високоврожайних гібридів: Вибір гібридів олійних культур з високим вмістом олії може призвести до збільшення врожайності та якості продукції.

5. Залучення фінансових ресурсів: Для успішного вирощування олійних культур необхідно залучати достатньо фінансів та матеріальних ресурсів, таких як сівалки, добрива і техніка.

6. Інтеграція в агропромисловому секторі: Агропромислова інтеграція може бути важливим стратегічним кроком для оптимізації управління урожаєм та забезпечення прийнятних цін на ринку. Це може бути вертикальною (об'єднання сільгосппідприємств на різних етапах виробництва) або горизонтальною інтеграцією (спільна діяльність різних агропідприємств).

Урахування цих факторів сприяє підвищенню ефективності вирощування олійних культур, але важливо також враховувати економічну та політичну ситуацію, зокрема у воєнний період, оскільки вона може обмежувати деякі можливості та створювати додаткові виклики для агропідприємств (рис. 1.8).

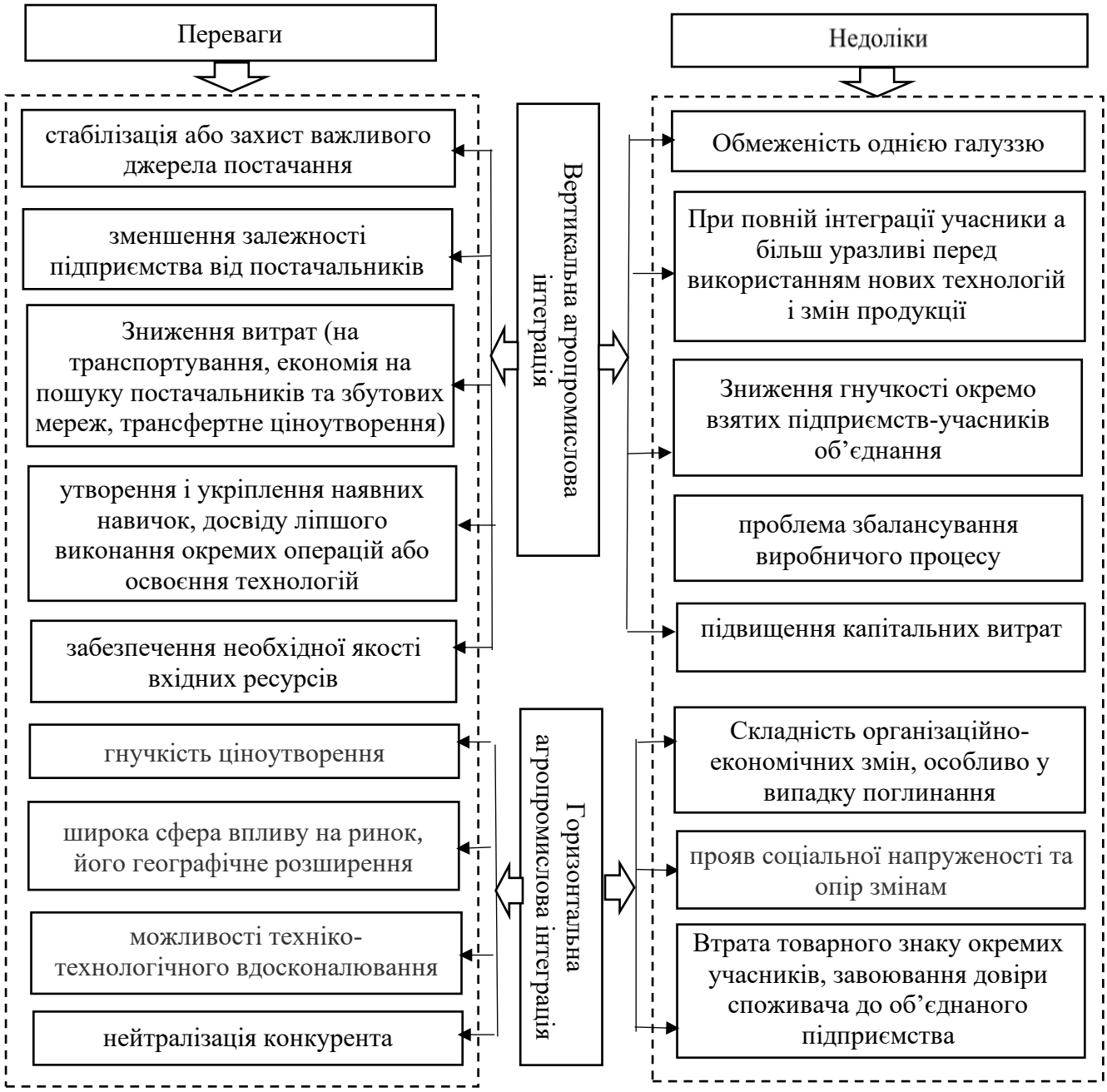


Рис. 1.8 Переваги та недоліки вертикальної та горизонтальної агропромислової інтеграції підприємств з виробництва та переробки олійних культур

* *Складено автором*

Створення інтеграційних структур в агропромисловому секторі, які об'єднують підприємства, що спеціалізуються на вирощуванні та переробці олійних культур, є важливою стратегічною мовою у сучасному економічному

середовищі. Ці інтеграційні підходи дозволяють оптимізувати діяльність підприємств і вирішувати численні завдання навіть у важких умовах кризи.

Однією з ключових переваг інтеграції є можливість швидко реагувати на зміни на ринку. Виробники олійних культур, об'єднавшись у великі інтегровані структури, можуть спільно аналізувати ринкову ситуацію, реагувати на зміни цін і попиту, інвестувати у нові технології та дослідження. Це дозволяє їм залишатися конкурентоспроможними та адаптуватися до змін.

Інтеграція також дозволяє знижувати витрати завдяки об'ємним закупкам, спільному використанню ресурсів та оптимізації ланцюга постачання. Це особливо важливо для агропідприємств, оскільки вони можуть скоротити витрати на придбання насіння, добрив, пестицидів і забезпечення робочою силою.

Додатковим фактором ефективності інтеграції є можливість залучення додаткових фінансових ресурсів. Інтегровані структури можуть залучати інвестиції для модернізації та розширення виробництва, що сприяє подальшому зростанню обсягів продукції.

Однак інтеграція не є безперечним рішенням, і вона також має свої недоліки і виклики. Зокрема, вона супроводжується значними капітальними витратами на об'єднання підприємств і створення інфраструктури. Крім того, інтеграція може призвести до сконцентрованості ризиків, особливо якщо всі підприємства однієї галузі об'єднуються. Також слід звертати увагу на питання управління і легітимності інтеграційних процесів.

У будь-якому випадку, інтеграція є потужним інструментом для підвищення ефективності вирощування та переробки олійних культур і може бути важливим елементом розвитку агропромислового комплексу.

Сьогодні олійна промисловість в Україні є дуже чутливою до впливу зовнішніх факторів, особливо в умовах воєнного конфлікту. Підприємства, які займаються виробництвом та переробкою олійних культур, відчувають потребу у посиленні своїх конкурентних позицій на ринках, особливо на міжнародних. Для цього необхідно ретельно аналізувати можливості

формування конкурентних переваг, які може надати агропромислова інтеграція.

Один із прикладів такої інтеграції можна побачити у діяльності ЗАТ "КернелГруп", яке працює в агропромисловому секторі України вже з 1994 року. Ця компанія змогла розвинути свою конкурентоспроможність завдяки придбанню контрольного пакету акцій свого найбільшого конкурента, групи компаній "Allseeds Group". В результаті цієї операції "КернелГруп" став власником перспективного виробничого активу - олійноекстракційного заводу ВАТ "Кіровоградолія" та терміналу в Миколаєві. Ця стратегія відзначається горизонтальною інтеграцією, яка дозволяє досягти конкурентних переваг як в сфері витрат, так і в якості виробленої продукції.

Важливо зазначити, що інтеграційні перетворення є складними стратегічними рішеннями, які вимагають від бізнес-лідерів розвитку нових навичок та бізнес-здатностей. Це пов'язано з тим, що сфери постачання, виробництва, логістики та торгівлі мають власні особливості та ключові фактори успіху. Таким чином, ефективна робота інтегрованих структур вимагає від учасників більшого рівня компетентності та професіоналізму.

Необхідність вирішення проблем у галузі вирощування та переробки олійних культур полягає у досягненні згоди та взаєморозуміння між учасниками інтеграційних структур, особливо щодо управління ключовими кадровими питаннями. Врахування інтересів всіх сторін у процесі інтеграції виходить з основної мети цих об'єднань і передбачає аналіз різних аспектів, включаючи функціональні, економічні, та соціально-психологічні аспекти.

Також важливо враховувати гнучкість ціноутворення, можливість зміни впливу на ринку та можливості технічної та технологічної оптимізації. Часто переваги, які інтеграційні об'єднання можуть надати, мають тимчасовий характер і спрямовані на встановлення позицій на ринку та конкурентоспроможності в умовах жорсткої конкуренції.

Горизонтальна і вертикальна інтеграція можуть сприяти виникненню синергетичних ефектів від спільного використання ресурсів, навичок і доступу

до інтелектуальної власності. Проте, важливо враховувати, що такі інтеграційні зусилля можуть вимагати значних капіталовкладень і потребують відповідного керування та бізнес-навичок.

Утворення інтеграційних об'єднань у галузі вирощування та переробки олійних культур має потенціал вирішити комплекс проблем, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності і ефективності. По-перше, ці об'єднання дозволяють об'єднати інтереси виробників та переробників олійних культур з інтересами інших учасників ланцюжка виробництва, що може позитивно позначитися на результативності галузі в цілому. Також, ці об'єднання можуть підвищити ефективність аграрних підприємств завдяки концентрації та спеціалізації виробництва, якщо забезпечена належна стратегія управління та розуміння перспектив ринку.

На сучасному етапі розвитку економіки, підприємства, які спеціалізуються на виробництві та переробці олійних культур, знаходяться перед важливими викликами та завданнями. Однією з найбільш важливих проблем є потреба зміцнення їхніх позицій на ринках збуту, особливо на міжнародних. Це вимагає від підприємств розробки стратегій, спрямованих на створення і захист конкурентних переваг.

Один із шляхів досягнення цієї мети - це агропромислова інтеграція, тобто об'єднання різних ланок виробництва та переробки олійних культур в єдині інтегровані структури. Перед впровадженням інтеграційних процесів важливо детально проаналізувати поточну модель економічної поведінки підприємства та визначити, які зміни потрібно внести, враховуючи нові умови господарювання.

Аналізуючи переваги і недоліки вертикальної (коли підприємства об'єднуються від виробництва сировини до переробки) та горизонтальної (коли об'єднуються підприємства на одному рівні виробництва) інтеграції, можна зрозуміти, що вони мають свої переваги і недоліки. Наприклад, вертикальна інтеграція може позитивно вплинути на витрати та якість продукції, але вимагає значних капіталовкладень. Горизонтальна інтеграція

може сприяти оперативній синергії та спільному використанню ресурсів, але також може зменшити конкуренцію.

Зрозуміло, що економічна поведінка підприємств, які є частиною інтегрованих структур, буде залежати від багатьох чинників, таких як стан економіки в країні, діяльність партнерів та багато інших. Тому важливо враховувати ці аспекти при розробці та впровадженні стратегій агропромислової інтеграції.

Крім того, потрібно зазначити, що зміни в зовнішньому середовищі можуть вплинути на внутрішнє середовище підприємств і їхню економічну поведінку. Наприклад, воєнний стан або інші кризові ситуації можуть призвести до проблем у функціонуванні підприємств та зміни їхньої стратегії. Тому важливо завчасно аналізувати зміни в зовнішньому середовищі та адаптувати стратегії відповідно до нових умов.

Висновки до розділу 1

1. В дослідженні обґрунтовано принципи ідентифікації ефективності діяльності підприємств в якості об'єкта управління в їх менеджменті. Встановлено, що не дивлячись на складний та багатогранний характер відтворення в агропромисловому виробництві, пов'язаний з економічними, екологічними та соціальними процесами, доцільним при формуванні стратегічних, тактичних та оперативних заходів управління ефективністю є розгляд статичної та динамічної сторін її показників. В такий спосіб задовольняються вимоги результат-орієнтованих та процес-орієнтованих підходів до управління ефективністю діяльністю підприємств-виробників сировини та підприємств з її переробки.

2. Доведено, що при визначенні та застосуванні типології організаційно-економічних умов функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур доцільним є виокремлення зовнішніх, загальногалузевих та внутрішніх особливостей здійснення діяльності

вказаними підприємствами, а також поділ факторів впливу на рівень економічної ефективності діяльності підприємств та формування умов їх функціонування на фонові, пасивні та активні з огляду на інтенсивність їх проявів.

3. Зовнішні особливості охоплюють сучасні процеси та явища, які впливають на олійно-жировий комплекс в Україні, такі як світовий попит на олійні культури та продукцію з них, коливання цін на сировину та готову продукцію на світовому ринку, тарифи та мита на міжнародну торгівлю, політичні та геополітичні події, кліматичні та природні умови, які впливають на вирощування культур.

4. Загальногалузеві особливості відображають специфічні аспекти вирощування олійних культур, їх технологічну переробку, вимоги до якості та безпеки продукції, а також нормативи та стандарти, які регулюють діяльність галузі.

5. Внутрішні особливості окреслюють організаційну структуру підприємств, їх технічну базу, кадровий потенціал, стратегії управління та маркетингу, рівень технологічних інновацій та наукових досліджень в галузі, а також взаємодію з іншими суб'єктами ринку, включаючи оригінаторів репродукційного насіння, виробників, експортерів, переробників та державні органи, які регулюють галузь.

6. В роботі виконано ідентифікацію напрямів підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур шляхом виділення функціональних та інтеграційних їх різновидів. При цьому встановлено, що використання інтеграційних заходів підвищення ефективності притаманне підприємствам-товаровиробникам, які є середніми за розмірами та масштабами виробництва, а також знаходяться у незадовільному та задовільному фінансовому стані.

7. Функціональний інструментарій, здебільшого, застосовують великі та ефективні підприємства. Відповідно, відмінність між цими напрямами полягає у пріоритетності залучення компоненти внутрішнього потенціалу

економічного зростання або використання зовнішніх особливостей підвищення ефективності основної діяльності підприємств.

Розділ 2.
СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР

2.1. Тенденції зміни рівня економічної ефективності виробництва та переробки продукції олійних культур

Забезпечення ефективної діяльності є критично важливим для підприємств, які спеціалізуються на виробництві та переробці олійних культур, і відіграє ключову роль в реалізації продовольчої стратегії. Актуальний воєнний стан в Україні призвів до різкого спаду сільськогосподарського бізнесу та харчової промисловості у багатьох регіонах країни. Ця ситуація вплинула на втрату позитивних тенденцій та динаміки розвитку пов'язаних галузей та призвела до високих ризиків для супровідних послуг. У таких умовах розвиток виробництва та переробки олійних культур набуває важливого значення для задоволення попиту на внутрішньому ринку та підтримки експорту.

Досліджено, що виробництво та переробка олійних культур мають потенціал для високої ефективності підприємств, оскільки вони можуть працювати без втрат та використовувати сприятливу ринкову кон'юнктуру при належних умовах зберігання продукції. Основними перевагами такої галузі є можливість отримання синергетичного ефекту завдяки міжгалузевим зв'язкам та альтернативам економічної поведінки.

Аналізуючи динаміку та тенденції виробництва основних видів насіння олійних культур, стає зрозуміло, що ця галузь має потенціал для подальшого розвитку та забезпечення конкурентоспроможності на ринках.

Проте, серед основних проблем підприємств олійної промисловості можна виділити брак та застарілість засобів зберігання, вплив зміни

кліматичних умов, обмежену ефективність транспортної інфраструктури, що ускладнює експорт. У той же час, бізнес в галузі адаптується, змінюючи свою стратегію та використовуючи нові можливості.

Загалом, результати аналізу вказують на те, що головні пріоритети виробників олійної промисловості в сучасних умовах включають в себе необхідність оновлення інфраструктури та розгляд альтернативних економічних стратегій. Також важливо враховувати вплив змін в зовнішньому середовищі та адаптувати бізнес-стратегії до нових умов.

Наразі, забезпечення ефективної діяльності, є важливим аспектом для будь-якого підприємства в галузі олійної промисловості і відіграє ключову роль у реалізації стратегій у галузі продовольства. Рівень життя населення, позиціонування, стан економіки та безпеки України залежать від рівня розвитку та стабільності їх функціонування. Актуальність цих питань підтверджується тим фактом, що сьогодні в структурі харчування населення більшості країн світу спостерігається переорієнтація на споживання рослинних жирів замість тваринних жирів, і значно зростає використання олії для технічних потреб та виробничих відходів як альтернативного виду пального. Все це сприяє розвитку виробництва та переробки сировини олійно-жирової промисловості в Україні, що створює конкурентні переваги у задоволенні попиту на зовнішньому ринку та забезпеченні внутрішніх потреб.

Для підвищення ефективності виробництва та переробки продукції олійних культур спочатку необхідно виявити проблеми, які спричиняють та обмежують подальший розвиток підприємств в цій галузі. Проте правильне визначення пріоритетів розвитку підприємств олійно-жирової промисловості буде залежати від чіткого обґрунтування доцільності комплексу заходів на основі визначення ключових проблем в цій області з урахуванням специфіки бізнесу в умовах воєнного стану.

В даній частині дослідження здійснено аналіз поточного стану та обґрунтувано пріоритети подальшого розвитку підприємств з виробництва та

переробки продукції вирощування олійних культур на основі факторів, які впливають на її формування.

Сучасний воєнний стан в Україні характеризується різким занепадом сільськогосподарського бізнесу та харчової промисловості в більшості регіонів, втратою позитивних тенденцій і динаміки розвитку суміжних галузей, низькою конкурентоспроможністю та високими ризиками надання супровідних послуг. Отже, слід зазначити, що такі умови потребують нових підходів не лише при плануванні асортименту нафтосировини та послуг в цій області, але і при формуванні нових підходів до підвищення ефективності виробничих підприємств на основі стратегічного маркетингу.

На ринку продукції олійних культур основу пропозиції становлять три культури: соняшник, соя та ріпак. Ціни на соняшник в Україні значно коливаються залежно від регіону, вмісту олії, умов доставки та обсягу партії. Слід також зазначити, що існує стабільний попит на український соняшник з боку Румунії та Болгарії, і фермери також отримали запит від Китаю на придбання великої партії української соняшкової олії.

На рис. 2.1 наведено динаміку таких показників виробництва основних видів насіння олійних культур, як площа для збирання урожаю (пункти 1, 2 у тисячах гектарів) та обсяги виробництва (пункти 5, 6 в тисячах тонн) за 2021 і 2022 роки, відповідно.

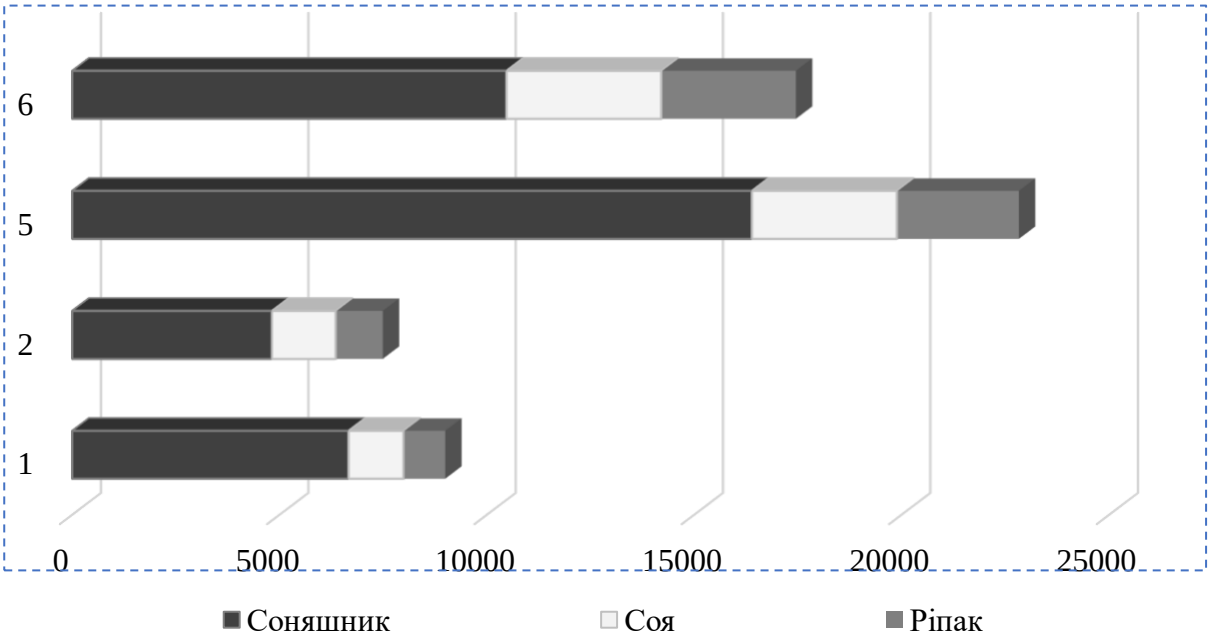


Рис. 2.1. Динаміка виробництва основних типів продукції олійних культур у 2021-2022 рр.

* складено автором за даними асоціації «Укроліяпром»

Як можна побачити на рис. 2.1, загальна площа та обсяги виробництва на 2022 рік значно зменшилися порівняно з показниками 2021 року. Зниження становило майже 28% та 36% відповідно. Але є одна особливість, яка свідчить про зміну структури показників. Так, в обсягах виробництва соняшника в 2022 році збільшилася його частка в загальному обсязі до 71,8%, що практично на 12% більше, ніж у попередньому періоді. У той час як обсяги вирощування сої зменшилися на 6%, а ріпаку - на 6,3%.

За аналітичними даними щодо планів на 2023 рік, ця тенденція буде тривати. Швидкий темп зростання споживання та попиту на рослинні жири призвів до гострого перерозподілу земельних площ на користь групи культур олійних культур, де основну роль відіграв соняшник, ще під час першого десятиріччя поточного століття. І сьогодні він залишається однією з найбільш прибуткових культур.

І хоча врожайність олійних культур на гектар нижча, оскільки вони дають менший валовий урожай за вагою, вартість в 2-2,5 рази вища, ніж у

зернових культур. Міністерство аграрної політики та продовольства України розраховує, що під час весняної посівної кампанії в 2023 році фермери зменшать посівну площу принаймні на 20% порівняно з 2021 роком. Це буде компенсовано вищою вартістю та більш сприятливою логістикою, характерними для сировини підприємств з переробки олійних культур. Також зазначено, що в Україні культури олійних культур залишаться експортно-орієнтованими.

Брак та застаріння об'єктів зберігання можна віднести до основних проблем підприємств олійно-жирової промисловості. Цей факт був підтверджений як практиками, так і вченими. Так, наявність загального дефіциту елеваторних потужностей в Україні було визначено на рівні 29,6 мільйона тонн. Ситуацію ускладнює нерівномірний розподіл елеваторів самими собою на території України. Ця проблема зараз ускладнена не тільки зміною кліматичних умов і погоди, але й військовими діями. За даними сільськогосподарських аналітиків, транспортна інфраструктура не дозволяє незавдана експортувати обсяги продукції, виробленої Україною.

Слід зауважити, що бізнес не стоїть на місці, проблеми вирішуються. Так, зміна клімату висвітлила необхідність визначення нових підходів до вирощування олійних культур. Пошук нових методів механізації та автоматизації технологічних процесів вирощування призводить до вибору новітніх підходів до ресурсозберігаючих технологій.

О. Бойко та Л. Гейко також звернули увагу на перспективи високої ефективності підприємств з виробництва та переробки продуктів олійних культур [6, с. 33], пояснюючи це фактом умовної безвідходності галузі олійно-жирової промисловості. Прикладами є використання олії в виробництві хімічних сполук (масла, фарби, змащувачі); жому як складової складової комбікорму для тварин і птахів; лушпиння в гранульованій формі використовується як біопаливо та інше. Тому підприємства цієї галузі, з одного боку, є споживачами, а з іншого - споживачами сільськогосподарської сировини та продукції інших галузей, що забезпечує їх конкурентні переваги

завдяки певному множниковому ефекту в міжгалузевих відносинах. Особливістю виробничого процесу є період зберігання зерна, сої, соняшника та ріпаку, про що зазначає Л. Петришин [7, с. 56], що відкриває широкий круг маневрів у очікуванні сприятливих ринкових умов і тим самим створює додаткові конкурентні переваги.

Головною стратегічною метою повинно бути забезпечення оптимального балансу інтересів виробників продукції та переробки олійних культур, держави та місцевих органів влади. А також відновлення тенденцій і показників економічного зростання на основі інвестиційного та інноваційного компоненту, який стане передумовою для вирішення соціально-економічних проблем та підвищення рівня та якості життя населення.

В таких умовах цілковито доцільно визначити наступні основні пріоритети для виробників олійної промисловості на 2023 рік:

- формування конкурентоздатної та життєздатної економічної поведінки підприємства з урахуванням умов невизначеності;

- акцент на принципах енергоефективності та розвитку альтернативної енергетики;

- покращення якості продукції олійних культур;

- створення відповідних умов для комплексного та повноцінного розвитку логістики з урахуванням питань безпеки;

- забезпечення розвитку культури споживання (від здорового харчування до використання біопалива);

- формування сприятливого інвестиційного іміджу регіону та країни.

Проведене дослідження поточного стану олійної промисловості України та особливостей роботи підприємств показало, що галузь розвивається динамічно і розкриває широкі перспективи навіть в поточних складних умовах. Пріоритетною культурою для вирощування є соняшник, який найбільше адаптований до наших природно-кліматичних умов. І саме ця культура підлягає попиту на зовнішніх ринках. Соя та рапс також вважаються експортно-орієнтованими культурами. Збільшений попит на олію як

експортний продукт, а також як продукт харчування та технічний продукт на внутрішньому ринку призводить до зростання обсягів виробництва та обробних потужностей. Однак очікуваний ріст потужностей обробки та врожаїв минулих періодів призвів до дефіциту сировини для підприємств обробки або їх неповного завантаження.

Як було виявлено, на підставі висновків аграріїв, в сучасних умовах головними чинниками недостатнього врожаю олійних культур є порушення основних вимог щодо сівозміни та технології вирощування, недостатньої уваги до вибору гібридів, знижена доступність якісного насіннєвого матеріалу, що тільки погіршується в умовах загрози безпеки і вже завданих збитків від військової агресії.

Подальший успішний розвиток підприємств олійної промисловості можливий під час розробки стратегічних напрямків діяльності, використовуючи інновації на основі науково-технічних конкурентних переваг та моніторингу потреб ринку.

Серед ключових факторів, які слід враховувати при визначенні моделі економічної поведінки підприємств у цій галузі в сучасних умовах, можна виділити такі:

1) світова редистрибуція торговельних потоків продуктів переробки соняшника;

2) перелік та позиціювання ключових виробників та експортерів на новому сезоні;

3) використання потужностей та ефективність обробки в Україні в умовах великої невизначеності на внутрішньому та зовнішньому ринках;

4) глобальні тенденції світового ринку рослинних олій та їх вплив на Україну;

5) стан і тенденції ринку олійних продуктів та біопалива як ключового фактора формування цін;

6) визначення позиції щодо переробки чи експорту високоолеїнового соняшнику;

7) зміни в законодавстві, зокрема податковому, під час воєнного стану та післявоєнного періоду.

Наразі можна зазначити, що жорстка конкуренція між переробними підприємствами та зростання попиту на олійні продукти на зовнішніх ринках є чинником, який утримує закупівельні ціни на олійні культури на високому рівні.

Практика показує, що розвиток прибутковості підприємств ускладнюється несуперечним станом розвитку інфраструктури для транспортування, зберігання та продажу олійних культур. Це призводить до збільшення витрат на логістику та підвищення ризику втрат олійних культур, що, на тлі воєнних дій, подальш реєструє проблему.

Враховуючи висновки щодо поточного стану і виділених основних проблем розвитку виробництва та переробки олійних продуктів, а також враховуючи збереження та зміцнення лідерської позиції України на світовому ринку олійних культур, важливо наголосити на стратегічній важливості бізнес-діяльності в цій галузі. У свою чергу, підприємству потрібно вдосконалення організаційно-економічної, техніко-технологічної, інформаційної та інноваційної підтримки, а також значного підвищення якості готової продукції та її відповідності міжнародним стандартам. При визначенні моделі економічної поведінки підприємств, які виробляють олійні продукти, слід спиратися на глобальні тенденції, внутрішні та регіональні ризики і фактори впливу, не лише в цій, але й в суміжних галузях.

Один із ключових факторів, який необхідно враховувати при визначенні моделі економічної поведінки підприємств у цій галузі в сучасних умовах, включає наступні аспекти:

1. Світовий перерозподіл торговельних потоків продуктів переробки соняшнику. Переміщення торговельних потоків та зміни в умовах торгівлі олійними культурами на світовому ринку можуть суттєво впливати на ефективність та прибутковість підприємств.

2. Список і позиціонування ключових виробників і експортерів на новому ринку. Важливо враховувати, які компанії грають провідну роль на ринку, їхню виробничу потужність та експортні можливості, оскільки це впливає на конкурентноздатність підприємств.

3. Використання потужностей та ефективність обробки в Україні в умовах високої невизначеності на внутрішньому і зовнішньому ринках. Наявність і стан обладнання для зберігання та переробки олійних культур в Україні важливо враховувати при розробці стратегій.

4. Глобальні тенденції світового ринку рослинних олій та їх вплив на Україну. Аналіз світових тенденцій у виробництві та споживанні рослинних олій може допомогти підприємствам розуміти, як адаптувати свою стратегію.

5. Стан і тенденції ринку олійних продуктів і біопалива як ключового фактора ціноутворення. Розуміння попиту на олійні продукти та біопаливо на ринку сприяє адекватному ціноутворенню та плануванню.

6. Позиціонування стосовно перебробки або експорту олії високого ступеня олеїністості. Рішення щодо обробки або експорту високоолеїнової олії можуть впливати на дохід підприємства.

7. Зміни в законодавстві, зокрема податковому, під час воєнного стану і після нього. Законодавчі зміни можуть мати велике значення для фінансової стратегії підприємств.

На сьогоднішній день боротьба за конкурентність між підприємствами переробки олійних культур та зростаючий попит на олійні продукти на зовнішніх ринках сприяють підтримці високих закупівельних цін на олійні культури. Однак зміни в структурі витрат товаровиробників, складнощі з логістикою в умовах воєнно-політичних змін, а також підвищений рівень ризикованості ведення галузі в умовах воєнного стану не дозволяють повноцінно використовувати вказані переваги.

2.2. Сучасний стан та пріоритети економічної поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур на ринку

Забезпечення успішної діяльності відіграє важливу роль для компаній, які працюють у галузі обробки олійних культур. Варто враховувати, що в Україні, через складні військові обставини, спостерігається спад у сільському господарстві та харчовій промисловості у більшості регіонів. Проте розвиток виробництва та переробки олійних культур створює можливості для задоволення попиту на зарубіжних ринках та задоволення внутрішніх потреб.

Важливо відзначити, що ця галузь має великий потенціал для високої ефективності підприємств. Це пов'язано з можливістю використання всіх частин олійних культур та очікуваною популярністю їхньої продукції на ринках. Отже, конкурентні переваги можуть бути досягнуті завдяки міжгалузевим взаємозв'язкам та розгляду альтернативних стратегій ведення бізнесу. Досліджено динаміку та ідентифіковано тенденції виробництва основних видів насіння олійних культур, що вказує на потенціал для подальшого розвитку.

В наш час успішне функціонування підприємств у галузі обробки олійних культур є важливим і відіграє ключову роль у виконанні продовольчих стратегій. Такий стан справ стає важливим елементом забезпечення рівня життя населення, стабільності, та економічної безпеки України. На сьогоднішній день важливим фактором є перехід у структурі харчування населення більшості країн від тваринних жирів до рослинних жирів, а також використання олії в технічних цілях і як альтернативного виду палива. Все це призводить до зростання виробництва та переробки олійних культур в Україні, що надає конкурентні переваги на зовнішньому ринку та забезпечує внутрішні потреби.

Для підвищення ефективності виробництва та переробки олійних продуктів, спершу необхідно визначити проблеми, які є драйверами та обмеженнями для подальшого розвитку підприємств у цій галузі. Проте,

визначення правильних пріоритетів розвитку цих підприємств буде залежати від ясного обґрунтування доцільності заходів, що базуються на виявленні ключових проблем у цій галузі, з урахуванням специфіки олійного бізнесу в умовах військового конфлікту.

Дослідження також врахувало сучасний занепад агробізнесу та харчової промисловості в Україні, який спричинений військовим конфліктом, втратою позитивних тенденцій та динаміки в суміжних галузях, а також високими ризиками надання допоміжних послуг. У таких умовах необхідно розглядати нові підходи до стратегій бізнесу в цій галузі, а також враховувати глобальні тенденції та ризики в суміжних галузях.

Згідно результатів аналізу, основна пропозиція на ринку олійних культур сформована трьома видами культур: соняшником, соєю і ріпаком. Варіювання цін на соняшник в Україні значно залежить від регіону, вмісту олії, умов поставки та розміру партії. Слід відзначити стабільний попит на український соняшник зі сторони Румунії та Болгарії, а також інтерес Китаю щодо закупівлі значних обсягів української соняшникової олії. У 2022 році загальна площа посівів та обсяги виробництва суттєво зменшилися, порівняно з 2021 роком, на понад 28% та 36% відповідно. Однак є одна особливість, яка вказує на зміну структури цих показників. Наприклад, в обсязі виробництва соняшника його частка зросла в 2022 році до 71,8%, що становить майже 12% більше, ніж в попередньому періоді. У той час, як обсяги виробництва сої зменшилися на 6%, а ріпаку - на 6,3%.

Згідно аналітичних даних, ця тенденція продовжується і на 2023 рік. Швидкий ріст споживання та попиту на рослинні жири призвели до перерозподілу площ під посівами на користь олійних культур, де головну роль відіграє соняшник. І він залишається однією з найбільш прибуткових культур. Навіть при меншій врожайності на гектар, через вищу вартість, яка становить 2-2,5 рази більше, ніж зернові культури, олійні культури залишаються вигідними. Міністерство аграрної політики та продовольства України передбачає, що під час весняної посівної кампанії у 2023 році аграрії скоротять

посівні площі мінімум на 20% порівняно з 2021 роком. Однак це буде компенсовано вищою вартістю та більш вигідною логістикою, яка притаманна олійним культурам. Олійні культури в Україні також будуть орієнтовані на експорт.

Серед головних проблем підприємств олійної промисловості можна виділити недолік і застарілість інфраструктури для транспортування, зберігання і продажу олійних культур. Ця проблема підсилена нерівномірним розміщенням елеваторів по всій території України та загальним дефіцитом елеваторної потужності, який становить 29,6 млн тонн. Ця ситуація ускладнюється не лише через зміни кліматичних умов та погоди, а також через воєнні події.

Слід відзначити, що бізнес завжди активно працює над вирішенням проблем і пристосовується до змін в світових та внутрішніх умовах. В умовах зміни клімату стає особливо актуальним пошук нових та більш ефективних методів для вирощування олійних культур. Один із таких підходів - це використання передових методів механізації та автоматизації технологічних процесів вирощування. Це включає в себе використання насіннєвого матеріалу, який може витримувати тривалі періоди вологості в ґрунті, а також впровадження методів збереження вологи в ґрунті, наприклад, за допомогою системи no-till, яка допомагає захищати поверхню ґрунту від надмірного перегріву та втрати вологи.

Проте вирішення цих проблем не обмежується лише технічними аспектами. Грає важливу роль і людський фактор. Деякі аграрії можуть намагатися збільшити свій прибуток, сіючи олійні культури без дотримання норм сівообігу або занадто часто на одній і тій же ділянці. Це може призвести до виснаження родючості ґрунту та інших проблем. Важливо враховувати досвід аграріїв та наявність науково підтверджених підходів при виборі оптимальних стратегій для вирощування олійних культур.

Такі зміни і вдосконалення у вирощуванні олійних культур допоможуть Україні підтримувати високий потенціал для експорту та збільшувати валютні

надходження від продажу олійних культур та їх перероблених продуктів на світовому ринку.

Вирощування олійних культур в Україні має великий потенціал, але його розвиток вимагає комплексного підходу та адаптації до сучасних викликів. Зміна клімату, конкуренція на світовому ринку та інші фактори вимагають від аграріїв та підприємств олійної промисловості постійного аналізу та удосконалення своїх практик.

Зокрема, зміна клімату може призвести до зміни в погодних умовах та режимі вологості, що може вплинути на урожайність олійних культур. Тому важливо активно досліджувати та впроваджувати нові технології, які дозволять вирощувати олійні культури в умовах зміни клімату, зменшуючи вплив негативних факторів.

Також важливо розвивати нові ринки для українських олійних продуктів та продукції їх переробки. Зменшення посівних площ може компенсуватися збільшенням вартості та підвищеною вигідністю логістики олійних культур. Експорт олійних продуктів може стати важливим джерелом доходу для України, але це вимагатиме удосконалення інфраструктури для зберігання та транспортування.

У розвитку олійної промисловості також важливо враховувати та дотримуватися екологічних та стандартів якості, особливо якщо продукція призначена для експорту. Це допоможе створити довіру споживачів та партнерів на міжнародному ринку.

Узагальнюючи, розвиток вирощування олійних культур в Україні вимагає поєднання технічних інновацій, наукових досліджень, розширення ринків збуту та дотримання високих стандартів якості. Правильна стратегія та внесення змін у підходах до вирощування можуть допомогти Україні зберегти своє лідерство на світовому ринку олійних продуктів.

Олександр Бойко та Людмила Гейко, в своїй роботі [6, с. 33], також звернули увагу на потенційно високу ефективність підприємств, які займаються виробництвом та переробкою продукції олійних культур. Вони

пояснюють цю ефективність тим, що олійно-жирова галузь може вважатися умовно безвідходною.

Наприклад, різні компоненти олійних культур використовуються у різних галузях промисловості, таких як хімічна промисловість, де олія використовується для виробництва хімічних сполук, а макуха входить до складу комбікормів для тварин та птахів. Крім того, лушпиння в гранульованому вигляді може слугувати як біопаливо та багато інших застосувань.

Таким чином, підприємства в цій галузі виступають як замовники продукції, так і споживачі сільськогосподарських сировини та продуктів інших галузей промисловості. Ця взаємодія створює можливість отримати конкурентні переваги завдяки певному мультиплікативному ефекту в міжгалузевих відносинах. Також, важливою особливістю виробничого процесу є період лежкості зерна олійних культур, таких як соя, соняшник, ріпак, який дає можливість гнучкого реагування на ринкові умови та створює додаткові конкурентні переваги, як відзначає Людмила Петришин [7, с. 56].

Головною стратегічною метою є досягнення оптимального балансу між інтересами виробників олійних культур, держави і місцевих органів влади. Це також передбачає відновлення та покращення показників економічного зростання за допомогою інвестицій та інновацій, що є ключовими факторами для вирішення соціально-економічних проблем та підвищення якості життя населення.

У цьому контексті, пріоритетами для виробників олійної промисловості на 2023 рік є: формування конкурентоспроможних та стійких економічних стратегій підприємств з урахуванням умов невизначеності на ринку; зосередження на принципах енергоефективності та розвитку альтернативної енергетики для підвищення ефективності виробництва; підвищення якості продукції олійних культур для задоволення внутрішніх та зовнішніх ринків; створення належних умов для розвитку логістики, включаючи питання безпеки; розвиток культури споживання, включаючи здорове харчування та

використання біопалива; створення сприятливого інвестиційного клімату для привернення інвестицій.

Дослідження сучасного стану олійної промисловості України показало, що ця галузь розвивається динамічно, навіть у складних умовах. Соняшник визначається як пріоритетна олійна культура, оскільки він найбільше пристосований до кліматичних умов України та має попит на зовнішніх ринках.

Важливо враховувати, що збільшення переробних потужностей і ріст обсягів виробництва може призвести до дефіциту сировини для переробних підприємств. Однак, на думку аграріїв, основні чинники недостачі врожаю олійних культур включають порушення основних правил сівозміни та технології вирощування, недостатню увагу до вибору сорту, а також складні умови безпеки, викликані військовою агресією.

Успішний розвиток підприємств олійної промисловості можливий завдяки розробці стратегічних напрямів діяльності, в основі яких лежать інновації та використання науково-технічних переваг, а також завдяки уважному моніторингу ринкових потреб.

Для досягнення стратегічних цілей в галузі виробництва та переробки олійних культур, важливо розглянути подальші розвиткові напрямки і дієві заходи. Одним із ключових аспектів є впровадження інноваційних технологій і наукових досягнень у виробництво олійних культур. Це включає в себе наступні аспекти:

1. Селекція та сортовибір: Вдосконалення селекційних методів та вибір сортів олійних культур, які були б стійкими до шкідників, хвороб, а також високоврожайними і якісними щодо харчових і технічних властивостей.

2. Екологічна дружність: Розвиток екологічно чистих технологій вирощування олійних культур з мінімальним використанням хімічних пестицидів та агрохімікатів. Це дозволить зменшити негативний вплив на довкілля та забезпечити безпеку для споживачів.

3. Механізація та автоматизація: Використання сучасних технологій у вирощуванні та зборі олійних культур, такі як автоматичні системи поливу, дрони для моніторингу полів, роботи для збору урожаю тощо. Це підвищить продуктивність та знизить витрати.

4. Наукові дослідження: Залучення вчених і дослідників до вивчення олійних культур для розробки нових методів вирощування і технологій переробки. Це сприятиме постійному підвищенню якості продукції і збільшенню врожайності.

5. Маркетинг та розвиток ринків: Розробка ефективних маркетингових стратегій для збуту олійних культур на внутрішньому і зовнішньому ринках. Розвиток нових ринків споживання та вивчення попиту на олійні продукти.

6. Інфраструктурний розвиток: Поліпшення і розширення інфраструктури для зберігання і транспортування сировини та готової продукції. Це дозволить уникнути проблем з перевантаженням і дефіцитом сировини.

7. Освіта і навчання: Підготовка кваліфікованих фахівців у галузі вирощування і переробки олійних культур, які б мали знання про сучасні технології та екологічні аспекти.

Забезпечення сталого розвитку галузі олійних культур в Україні вимагає комплексних заходів і співпраці між державними органами, підприємствами, вченими та іншими зацікавленими сторонами. Вирішення цих завдань сприятиме як розвитку галузі, так і підвищенню економічного добробуту країни та покращенню якості життя населення.

Серед основних факторів, які потрібно враховувати при визначенні моделі економічної поведінки підприємств у галузі вирощування і переробки олійних культур в сучасних умовах, можна виділити наступні:

1. Світовий перерозподіл торгових потоків продуктів переробки соняшнику: Розгляд цього аспекту передбачає аналіз того, як змінюється міжнародна торгівля продуктами, які виробляються з соняшнику, і як це впливає на українські підприємства.

2. Перелік та позиціонування ключових виробників та експортерів в новому сезоні: Важливо вивчити ситуацію на ринку щодо головних гравців і їхніх позицій, оскільки це впливає на конкурентоспроможність українських підприємств.

3. Завантаженість потужностей і ефективність переробки в Україні в умовах високої невизначеності внутрішнього і зовнішнього ринків: Аналізуючи цей аспект, слід зрозуміти, наскільки ефективно використовуються внутрішні переробні потужності та як вони пристосовані до змін на ринках.

4. Глобальні тренди світового ринку рослинних олій та їх вплив на Україну: Розуміння світових тенденцій у споживанні рослинних олій може допомогти українським підприємствам адаптуватися до змін на ринку.

5. Стан та тенденції ринку нафтопродуктів і біопалива як ключового цінового драйвера: Це важливо для визначення цінової динаміки і попиту на олійні продукти.

6. Визначеність позиції щодо переробки чи експорту високоолеїнового соняшника: Рішення про те, як використовувати високоолеїновий соняшник, має стратегічне значення для підприємств.

7. Зміни законодавства, зокрема податкового, у період дії воєнного стану та післявоєнний час: Наявність стабільного і прозорого правового середовища є ключовим фактором для розвитку бізнесу у галузі олійних культур.

Важливо зазначити, що наявність жорсткої конкуренції між переробними підприємствами та підвищений попит на олійну продукцію на зовнішніх ринках є факторами, які підтримують високі ціни на сировину. Однак незадовільний стан інфраструктури для транспортування, зберігання та продажу олійних культур гальмує розвиток прибутковості підприємств у цій галузі. Це особливо актуально в умовах воєнних дій, що може призвести до більших складнощів у логістиці та зменшенню прибутковості виробництва олійних культур.

Розвиваючи думку щодо сучасного стану галузі вирощування і переробки олійних культур в Україні, важливо зазначити, що ця галузь має великий потенціал для подальшого розвитку, але також стикається з рядом викликів і обмежень. Світовий ринок продуктів, отриманих з олійних культур, постійно змінюється. Наприклад, збільшення попиту на біопаливо та біодизель створює нові можливості для українських виробників. Проте зміни в глобальних торгових потоках і цінові коливання можуть впливати на прибутковість галузі. Недостатньо розвинута інфраструктура для зберігання і транспортування олійних культур є серйозним обмеженням для галузі. Це може призвести до втрати продукції і підвищення логістичних витрат. Українські виробники повинні зосередитися на підвищенні якості своєї продукції, щоб відповідати вимогам міжнародних ринків. Це означає дотримання стандартів якості та безпеки. Розвиток інноваційних методів вирощування та переробки олійних культур може покращити ефективність галузі і зменшити вплив негативних факторів, таких як зміни клімату. Важливо встановити стійкі партнерські відносини з ключовими споживачами та ринками. Диверсифікація ринків може допомогти зменшити ризики від змін в одному напрямку. Підприємства повинні бути в курсі змін у законодавстві, зокрема податковому, і враховувати ці зміни у своїх стратегіях. Сучасний стан галузі визначається невизначеністю, зокрема в контексті воєнних дій та геополітичних факторів. Підприємства повинні бути готовими до змін та шукати стратегічні рішення, які дозволять їм адаптуватися до непередбачуваних обставин.

Українська галузь вирощування і переробки олійних культур має всі підстави для подальшого розвитку і становлення як важливого гравця на світовому ринку. Однак це вимагає уважного аналізу, інвестицій у інфраструктуру та технології, а також гнучкості та готовності до змін.

Враховуючи сучасний стан та ідентифіковані основні проблеми галузі виробництва та переробки олійної продукції, а також враховуючи важливість збереження та посилення лідерської позиції України на світовому ринку

олійних продуктів, необхідно підкреслити стратегічне значення діяльності бізнесу в цьому сегменті. У свою чергу, підприємства повинні працювати над вдосконаленням організаційно-економічного, техніко-технологічного, інформаційного та інноваційного забезпечення, а також значно підвищити якість готової продукції і відповідність її світовим стандартам. При розробці моделі економічної поведінки підприємств-виробників продукції олійних культур необхідно опиратися на глобальні тенденції, внутрішні та регіональні ризики та драйвери, які впливають не лише на цю галузь, але й на суміжні галузі.

Розвиваючи думку щодо стратегічного значення діяльності підприємств в галузі виробництва та переробки олійних культур, варто зазначити, що ця галузь має великий потенціал для подальшого розвитку і сприяння економічному зростанню України. Олійні культури, такі як соняшник, соя і ріпак, є важливими сировинними ресурсами для виробництва олійних продуктів, які використовуються як у харчовій, так і у технічній промисловості.

Світовий ринок олійних продуктів постійно зростає, і Україна може збільшити свою експортну потужність, якщо підприємства в цій галузі будуть вдосконалювати свої технології та підвищувати якість продукції. Важливо враховувати світові тенденції, такі як зростання попиту на здорові харчові продукти та біопаливо, і адаптувати виробництво під ці потреби.

Однак, для досягнення успіху в цій галузі необхідно вирішувати ряд проблем, таких як недостатність інфраструктури для зберігання та транспортування сировини, проблеми з підбором високоякісного насіннєвого матеріалу та вплив негативних факторів, таких як військові дії та зміни в законодавстві.

Загалом, розвиток олійної промисловості в Україні має великий потенціал для підвищення економічного добробуту країни і забезпечення її лідерської позиції на світовому ринку олійних продуктів. Для цього важливо

вдосконалювати підприємства в цій галузі, враховуючи глобальні тенденції та ризики.

В сучасних умовах підприємства, які займаються виробництвом та переробкою олійних культур, демонструють високий рівень гнучкості і можуть швидко реагувати на зміни на ринку. Ці зміни включають не лише зростання попиту на рослинні жири у харчовій промисловості, але й розвиток суміжних галузей. Таким чином, успішна діяльність підприємств в цій сфері важлива не лише для їхнього власного бізнесу, але й для реалізації продовольчої стратегії України в цілому.

Специфіка галузі включає в себе такі аспекти, як активна експортна спрямованість, сезонні коливання витрат, особливо в виробництві, що потребує уваги при оцінці ефективності та бізнес-плануванні. Також важливі аспекти циклічності експорту соняшникової олії та регулювання каналів збуту з міркувань безпеки.

Аналіз наслідків різних ситуацій у роботі підприємств враховує галузеві фактори та демонструє, що прийняття економічних рішень на цьому ринку впливає не лише економічні фактори, але й психологічні та соціальні аспекти. Отже, для кожного підприємства-виробника важливо визначити драйвери економічної безпеки як коригуючі важелі для прийняття ефективних рішень.

Забезпечення успішної діяльності підприємств, які займаються виробництвом та переробкою олійних культур, важливе не лише для їхнього власного бізнесу, але й для виконання стратегічних завдань в галузі продовольства в Україні. На сьогоднішній день ці підприємства мають можливість гнучко реагувати на зміни на ринку, які виникають не лише через зростання попиту на рослинні жири в харчовій промисловості, але також через розвиток суміжних галузей, таких як хімічна, харчова та паливна індустрії. Це створює конкурентні переваги для внутрішнього ринку та зовнішніх ринків.

Підвищення ефективності виробництва та переробки олійних культур повинно базуватися на аналізі факторів, які сприяють чи гальмують розвиток підприємств в цій галузі. Важливо ретельно визначити напрямки розвитку та

економічну поведінку підприємств олійної промисловості, з урахуванням специфіки цього бізнесу в умовах воєнного стану.

Олійна промисловість є ключовим сектором економіки України, від якого залежать багато аспектів, таких як зовнішньоекономічна торгівля, бюджетні надходження, а також постачання сировини для інших галузей. Аграрний сектор олійних культур в Україні важливий для економічного розвитку і є основою для залучення інвестицій та підвищення конкурентоспроможності країни, що в свою чергу призводить до підвищення рівня життя населення. Реалізація цих завдань неможлива без ефективного розвитку агробізнесу, вирішення логістичних проблем та підвищення якості життя сільського населення.

Забезпечення успішної діяльності підприємств, що працюють у сфері виробництва та переробки олійних культур, несе важливе значення як для їхнього бізнесу, так і для досягнення стратегічних цілей в галузі продовольства України загалом. Сучасні умови світового ринку та зміни в споживчих звичках споживачів створюють сприятливі умови для розвитку цієї галузі, особливо в контексті зростання попиту на рослинні жири.

Підприємства, які займаються олійним бізнесом, мають можливість адаптувати свою діяльність до змін на ринку, шукати нові ринки збуту та споживчі сегменти. Однак успішна робота цих підприємств потребує ефективного внутрішнього управління, вдосконалення технологічних процесів, а також відповідності продукції світовим стандартам якості.

Важливо також враховувати специфіку олійного бізнесу в умовах воєнного стану, так як це може вплинути на логістичні аспекти та безпеку поставок сировини та готової продукції. Розвиток цієї галузі є ключовим для економічного зростання та стабільності України, оскільки вона впливає на різні сфери економіки, від податкових надходжень до забезпечення продовольчої безпеки та зайнятості.

Отже, розумне управління та розвиток підприємств олійної промисловості в сучасних умовах є важливим завданням як для бізнесу, так і

для держави, і вимагає комплексного підходу та урахування різних аспектів, включаючи технологічні, логістичні та ринкові фактори.

Для правильного розроблення сценаріїв економічної поведінки важливо враховувати особливості галузі виробництва та переробки олійних культур. Основні аспекти, які варто враховувати, включають:

1. Експортна орієнтованість галузі: Важливо враховувати, що багато соняшникової продукції експортується для подальшої переробки за кордоном. Це може створити ризик залежності від експорту та призвести до закріплення цієї тенденції.

2. Сезонність витрат: У сфері виробництва олійних культур існує сезонність витрат, особливо на етапі виробництва. Це важливо враховувати при оцінці ефективності діяльності підприємств та при розробці бізнес-планів.

3. Регулювання каналів збуту: З міркувань безпеки необхідно регулювати канали збуту. Це означає, що прийняття рішень щодо збуту продукції повинно бути дбайливо обгрунтованим.

4. Циклічність експорту соняшникової олії: Попит на соняшникову олію та інші олійні культури може змінюватися в залежності від сезону та інших факторів. Наприклад, попит може зростати влітку, коли насіння суттєво зменшується. Ці коливання важливо враховувати при плануванні виробництва та експорту.

Умови воєнного стану можуть додати до цієї складної ситуації, впливаючи на ринки збуту, логістику та загальну безпеку поставок. Однак важливо залишати уважність і гнучкість у веденні бізнесу, а також активно аналізувати ринкові умови та шукати нові можливості для експорту та підвищення продуктивності.

Зараз, на початку 2023 року, ринки збуту практично залишаються стабільними, але ціни на олійні культури можуть продовжити зростати через сезонні фактори та обмеження в логістиці. Україна має потенціал для подальшого розвитку цієї галузі, але це вимагатиме уваги до деталей та гнучкості у відповіді на ринкові та геополітичні зміни.

Урахування специфіки діяльності галузі виробництва та переробки олійних культур є ключовим для правильного розвитку бізнесу в цій сфері. Основна частина соняшникової продукції експортується за кордон для подальшої переробки. Це означає, що важливо розробляти стратегії, спрямовані на збереження та розширення ринків збуту, а також збалансувати експорт та внутрішні потреби. У виробництві олійних культур існує сезонність витрат, особливо на етапі виробництва. Це означає, що підприємства повинні бути готові до значних витрат у певні періоди року. Важливо розробляти фінансові плани, які враховують цю сезонність та забезпечують стійкість виробництва. З міркувань безпеки, підприємства повинні ретельно контролювати та регулювати канали збуту своєї продукції. Важливо визначити оптимальний спосіб доставки та збуту продукції, щоб забезпечити її надійність та якість. Попит на соняшникову олію може змінюватися в залежності від сезону та попиту на ринках імпортерів, таких як Індія та Китай. Планування виробництва та експорту повинно враховувати цю циклічність та гнучкість у відповіді на зміни попиту.

Ситуація в умовах воєнного стану може суттєво ускладнити бізнес-процеси, враховуючи потенційні обмеження в логістиці та збуті. Важливо бути готовим до невизначеності та реагувати на зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі.

Загалом, олійна промисловість в Україні відіграє важливу роль в економіці країни, і правильне врахування всіх цих факторів допоможе забезпечити стійкий та успішний розвиток галузі.

За інформацією від експертів, починаючи з жовтня 2022 року, українські морські порти змушені працювати лише на половину своєї потужності. Внаслідок цього обсяги зернових, які не можуть бути доставлені на світовий ринок, оцінюються приблизно в 2-3 мільйони тонн щомісяця. Загальна недопоставка зернових від жовтня 2022 року до січня 2023 року становила понад 11 мільйонів тонн. Наприклад, в Босфорській протоці понад 120 суден очікують на інспекцію, при цьому середній час очікування становить від 2 до

5 тижнів. Затримки спричинені штучними обмеженнями, які ставляться представниками країни-агресора. У таких умовах збитки для власників суден становлять близько 30 тисяч доларів за кожен день простою.

На підставі вищезазначеного можна виокремити певні переваги та недоліки ситуації, що склалася в роботі підприємств з виробництва та переробки олійних культур в сучасних умовах. Аналіз цієї ситуації наведено в таблиці 1, яку складено автором на основі загальних висновків з різних джерел.

У таких умовах стає надзвичайно важливою необхідність чіткого обґрунтування моделей економічної поведінки, як для сільськогосподарів, так і для підприємств, які займаються переробкою продукції олійних культур. У контексті невизначеності, розробка альтернативних сценаріїв такої поведінки стає актуальною.

Слід відзначити, що економічна поведінка сільськогосподарських підприємств є результатом впливу психологічних та соціальних чинників, і вона визначається не лише економічними аспектами. На процес прийняття економічних рішень впливають не тільки об'єктивні фактори, а й психологічні та соціокультурні аспекти. Зазначено, що психологічні особливості людей і групові ефекти можуть впливати на формування сучасної економічної поведінки, яка може часто бути ірраціональною. Більше того, ірраціональність у прийнятті рішень може зростати в умовах невизначеності та ризику, що характерні для сучасного бізнесу.

Враховуючи важливість обґрунтування моделей економічної поведінки в аграрному секторі, особливо в галузі вирощування та переробки олійних культур, важливо розглянути деякі ключові аспекти:

1. Психологічний вплив на рішення: Психологія гравців на аграрному ринку має значний вплив на їхні економічні рішення. Економічні агенти часто приймають рішення, які не завжди відповідають логіці максимізації прибутку через такі фактори, як страх, неоптимальні стереотипи думок і навіть

соціальний тиск. Розуміння цих аспектів психології може допомогти при розробці більш точних моделей економічної поведінки.

Таблиця 1.2

Аналіз наслідків сформованих ситуацій в роботі підприємств з виробництва та переробки олійних культур

Сформована ситуація	Можливі переваги	Ймовірні недоліки	Найбільші ризики підприємств при збереженні ситуації
1. Масовий експорт насіння соняшнику з України	Забезпеченість платоспроможного попиту. Можливість продажу врожаю, а не накопичення. Оборотність оборотних коштів. Поступове повернення інвестицій в бізнес	Помірний (з затухаючою динамікою) попит на соняшникову олію та шрот в Європі. Значне посилення конкурентної боротьби між олійнодобувними підприємствами та експортерами насіння соняшнику. Зниження зацікавленості, зокрема країн ЄС, в українському соняшниковій олії та шроті	Втрата ринку збуту соняшникової олії та шроту в європейських країнах. Втрати світових ринків збуту продукції з високою доданою вартістю. Скорочення робочих місць на підприємствах-виробниках. Критичне скорочення виробництва олії соняшникової, яка віднесена до соціально значущої продукції. Зниження надходжень до держбюджету
2. Робота «зернового коридору»	Продовження роботи підприємств в умовах військового стану. Нарощування поставок олії та шроту через зерновий коридор з портів Одеси. Високий попит на насіння соняшнику експортно-орієнтованих компаній.	Затори, черги, висока невизначеність через шантаж агресора. Вимушені (штучні) простої	Необхідність у найкоротші терміни формувати нові логістичні ланцюги, Пошук альтернативних ринків збуту, адаптація до нових умов діяльності та розрахунків
3. Зміна пріоритетів у структурі посівних	Гарантований попит Використання наявних логістичних зв’язків	Скорочення площ під соняшником і відповідно його врожаю. Активний експорт сировини. Нестабільна ситуація на валютному ринку.	Втрата світової першості з виробництва соняшникової олії на тривалий період

4. Дефіцит потужності енергетичної системи України	Переоцінка потреби підприємств у виробничих потужностях	Небезпечні наслідки (переробні підприємства віднесені до вибухонебезпечних) Зростання постійних витрат підприємств Збої в роботі та цифрових послугах.	Псування продукції. Зниження закупівельних цін. Втрата партнерів
5. Посилення військової агресії	-	Зупинка промислових підприємств, зокрема олійнодобувних та олійно-жирових, в зонах бойових дій та на тимчасово окупованих територіях	Невизначеність щодо вітчизняних потужностей з переробки насіння соняшнику, які розпочали роботу

2. Соціокультурний контекст: Вплив соціокультурних факторів на прийняття рішень в аграрному секторі також дуже значущий. Культурні та соціальні цінності, традиції та норми можуть визначити вибір підприємства щодо виду олійних культур, методів вирощування та маркетингових стратегій.

3. Невизначеність і ризик: Олійна галузь має велику ступінь невизначеності та ризику, зокрема через вплив таких факторів, як погода, світові ціни на нафтопродукти, політичні конфлікти тощо. Розробка моделей повинна враховувати цю невизначеність і надавати можливості для адаптації до змін в сценаріях.

4. Сценарійний підхід: У зв'язку з невизначеністю у сучасних умовах, важливо розробляти моделі на основі сценаріїв, які дозволяють враховувати різні варіанти розвитку подій. Такий підхід допоможе аграріям і підприємствам бути готовими до різних обставин і приймати більш обґрунтовані рішення.

Загалом, розробка моделей економічної поведінки в аграрному секторі повинна бути комплексним підходом, який враховує психологічні, соціокультурні, економічні та структурні аспекти галузі. Такий аналіз допоможе аграріям та підприємствам управляти ризиками та досягати більшої стабільності та успіху у складних умовах сучасного ринку.

Групи факторів, які впливають на формування економічної поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур, зображено на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Фактори впливу на формування економічної поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур

* *складено автором*

Економічна поведінка підприємства - це складний і динамічний процес, який обумовлений багатьма факторами, і вона може змінюватися в залежності від різних умов. Один із ключових факторів, що впливає на економічну поведінку, - це економічний потенціал підприємства. Це означає, що підприємство буде діяти та приймати рішення відповідно до своїх фінансових можливостей і ресурсів.

Прогноз розвитку зовнішнього середовища також впливає на економічну поведінку підприємства. Зміни в законодавстві, стані безпеки, попиті на продукцію та взаємодія з різними зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) можуть вплинути на стратегії та рішення підприємства. Ці зовнішні фактори є непередбачувими і можуть змінюватися з часом.

Крім того, економічна поведінка підприємства також залежить від його внутрішнього середовища. Наприклад, розмір та тип підприємства можуть впливати на його стратегію і можливості. Великі підприємства можуть мати інші ресурси і можливості порівняно з малими та середніми підприємствами. Також економічна поведінка може визначатися минулим досвідом і рішеннями, які були прийняті в попередні періоди, і які враховували тодішні умови зовнішнього середовища.

Усі ці фактори разом визначають економічну поведінку підприємства, і для кожного підприємства важливо з'ясувати, які саме фактори впливають на його роботу. Крім того, економічна безпека підприємства також важлива, і вона повинна бути однією з головних мет цієї поведінки. Забезпечення стійкості і захищеності підприємства від негативних впливів зовнішнього середовища може бути вирішальним для його успіху.

Для розуміння та прогнозування цієї поведінки важливо враховувати специфіку галузі, величину економічного потенціалу підприємства, а також вплив зовнішнього та внутрішнього середовища.

1. Економічний потенціал підприємства: Рівень ресурсів, фінансовий стан та технічна база підприємства визначають його можливості та обмеження. Підприємства з різним економічним потенціалом можуть реагувати по-різному на економічні зміни та виклики.

2. Зовнішнє середовище: Зміни у законодавстві, стані безпеки, кон'юнктурі ринку, попиті на продукцію та інші фактори зовнішнього середовища можуть впливати на стратегію та рішення підприємства. Ці зміни непередбачуві і вимагають від підприємства адаптації та управлінської реакції.

3. Внутрішнє середовище: Розмір, структура та культура підприємства також впливають на його економічну поведінку. Великі підприємства можуть мати більше ресурсів та можливостей, але вони також можуть бути менш гнучкими в управлінні. Малим і середнім підприємствам може бути легше адаптуватися до змін.

4. Економічна безпека: Забезпечення стійкості та захищеності підприємства від ризиків і негативних впливів є важливою складовою економічної поведінки. Підприємства повинні приділяти увагу стратегіям та заходам, спрямованим на збереження та зміцнення своєї економічної безпеки.

Усі ці фактори спільно визначають рішення та стратегії підприємства, а також впливають на його успішність та стійкість на ринку. Економічна поведінка підприємства може бути прогнозована та управляється, якщо враховувати всі ці складові та взаємозв'язки між ними.

Аналіз стану сучасної галузі виробництва та переробки олійних культур підкреслює важливість цієї сфери для України на світовому ринку олії. Виявлення основних проблем та визначення стратегічних напрямків розвитку стає актуальним завданням для бізнесу в цій галузі.

Для надання рекомендацій щодо економічної поведінки підприємств, що займаються виробництвом та переробкою олійних культур, проведено аналіз наслідків різних ситуацій, які виникали в їхній діяльності. Цей аналіз враховує галузеві чинники, які впливають на функціонування підприємств.

При обґрунтуванні моделі економічної поведінки підприємств-виробників олійних культур, важливо враховувати безпекові, внутрішньо-організаційні та регіональні ризики. Також слід враховувати світові тенденції, попит на продукцію, а також драйвери економічної безпеки, не лише в цій галузі, але й в суміжних галузях.

Цей аналіз та обґрунтування моделей поведінки допомагають підприємствам приймати обґрунтовані рішення та розробляти стратегії, що сприяють їхньому успішному розвитку та збереженню лідируючої позиції на ринку.

2.3. Динаміка структури доданої вартості при виробництві та переробці продукції олійних культур в підприємствах

Структура доданої вартості в підприємствах, що займаються виробництвом та переробкою продукції олійних культур, може змінюватися під впливом різних факторів. Динаміку цієї структури можна аналізувати, враховуючи наступні аспекти:

1. Виробничі витрати:

Сировина: Зміни в цінах на сировину або доступність олійних культур.

Енергія: Вартість енергії та ефективність її використання.

Робоча сила: Заробітна плата, продуктивність та кваліфікація працівників.

2. Технологічні зміни:

Інновації: Впровадження нових технологій, що може зменшити витрати або підвищити якість продукції.

Автоматизація: Впливає на потребу в робочій силі та продуктивність.

3. Ринкові фактори:

Попит: Зростання чи зниження попиту на продукцію.

Ціноутворення: Зміни в цінах ринку, конкуренція.

4. Державне регулювання:

Податки: Зміни в податковій політиці.

Субсидії: Державна підтримка аграрних виробників.

5. Екологічні та соціальні фактори:

Стандарти: Вимоги до якості та екологічності продукції.

Споживчі переваги: Зміни в споживчих уподобаннях, орієнтація на органічну та екологічно чисту продукцію.

Аналіз динаміки:

Історичний аналіз: Вивчення трендів зміни доданої вартості в історичній перспективі.

Прогнозування: Використання статистичних та аналітичних моделей для прогнозування майбутніх змін.

Основний вплив на динаміку структури доданої вартості можуть мати технологічний розвиток, зміни в ринкових умовах, державні політики та глобальні економічні тренди. Для конкретного аналізу необхідно мати детальні дані про підприємство, його виробничі потужності, фінансову звітність та ринкове середовище.

Свобода підприємств в галузі виробництва олійних та жирових продуктів сприяє стимулюванню інноваційних процесів. Ці підприємства самостійно визначають та реалізовують комплекс маркетингових заходів, таких як виготовлення продукції з вищою споживчою цінністю, встановлення цін, налагодження бізнес-контактів та організація збуту, а також визначення стратегій та засобів просування своїх продуктів і послуг. Ця незалежність ставить перед керівництвом підприємств великий обов'язок визначити напрямки свого поступового розвитку та вибрати найбільш прийнятні шляхи для цього.

Стратегічне планування виступає як набір дій та рішень, які призначені для досягнення цілей організації. Цей процес допомагає приймати управлінські рішення та забезпечує інноваційні зміни в організації. Стратегія відкриває перспективи для підприємства, спрямовуючи наявні та нові ресурси та сприяючи просуванню і реалізації їхніх продуктів та послуг.

Поняття підприємницької стратегічної політики, як описано Ігором Ансоффом, визначається як можливі шляхи розв'язання проблем в умовах ризику та невизначеності. Це важливий підхід, що спрощує прийняття управлінських рішень, особливо в ситуаціях, коли проблеми повторюються і потребують постійного управлінського втручання.

Стратегія підприємства олійно-жирового підкомплексу може бути розглянута з різних точок зору. Вона може бути розглянута як принципи

поведінки чи набір правил, за якими підприємство приймає рішення. Також, це може бути узагальненою моделлю дій для досягнення своїх цілей, шляхом координації та розподілу ресурсів компанії. Стратегія може включати заплановані дії і швидкі рішення для адаптації до змін на ринку і конкурентній боротьбі. Вона також може бути комплексом системних заходів, спрямованих на підвищення ефективності функціонування підприємства і досягнення його довгострокових цілей.

На вищих рівнях управління підприємством стратегія є загальною і включає в себе сукупність стратегічних планів і заходів на всіх рівнях. На нижчих рівнях управління, стратегії більш високих рівнів набирають форм цілей, в той час як на більш високих рівнях вони виступають як інструменти. Стратегії, що розробляються на нижчих рівнях, можуть мати специфічні форми, відповідно до конкретних сфер діяльності підприємства олійно-жирового підкомплексу та механізмів їх створення і вони можуть бути селективними.

Стратегія для підприємства олійно-жирового підкомплексу є важливим інструментом управління, який визначає загальний напрямок розвитку компанії та способи досягнення своїх цілей в умовах постійної зміни на ринку та конкурентному середовищі.

З одного боку, стратегія визначає цільові орієнтації підприємства і створює основу для прийняття управлінських рішень. Вона визначає, які продукти або послуги буде надавати компанія, якими шляхами буде досягнуто конкурентну перевагу, і які ресурси для цього використовуватимуться.

З іншого боку, стратегія також повинна бути гнучкою і адаптивною до змін у зовнішньому середовищі. Ринок олійно-жирового підкомплексу може бути під впливом численних факторів, таких як коливання цін на сировину, зміни в законодавстві або зміни у споживчих попитах. Тому стратегія повинна передбачати можливість коригування та адаптації до нових умов.

Стратегічне планування також допомагає підприємству олійно-жирового підкомплексу зосередитися на визначених пріоритетах та

досягненні конкретних цілей. Воно дозволяє збалансувати ризики та можливості та вибрати оптимальний шлях розвитку.

У підсумку, стратегія є ключовим інструментом для досягнення успіху в сфері олійно-жирового підкомплексу. Вона надає підприємству напрямок, структуру та план дій для досягнення своїх цілей, забезпечуючи при цьому гнучкість та адаптивність до змін у середовищі.

Нові підходи у стратегічному управлінні олійно-жировим підкомплексом визначаються великою кількістю міждисциплінарних і міжгалузевих зв'язків. Вони виходять за межі традиційної концепції стратегічного планування і передбачають більше інноваційних підходів.

Замість того, щоб розглядати стратегію як лише концепцію планування, вона розглядається як інноваційна модель дій для досягнення поставлених цілей. Ця стратегія спрямована на розв'язання найважливіших завдань у сферах діяльності підприємства, які мають інноваційну складову, такі як розвиток, конкуренція та якість продукції.

Оскільки конкуренція на ринку олійно-жирового підкомплексу стає вирішальним фактором, підприємства повинні швидко привертати і утримувати споживачів, пропонуючи інноваційні та якісні продукти за конкурентоспроможними цінами.

У цьому контексті стратегія підприємства олійно-жирового підкомплексу повинна ґрунтуватися на конкурентній перевазі. Це означає, що підприємство досягає більш вигідного положення порівняно з конкурентами, залучаючи більше клієнтів і надаючи їм більше переваг у конкурентній боротьбі.

Зазначена інноваційна модель стратегії для підприємства олійно-жирового підкомплексу відображає тенденцію до більшої гнучкості та адаптації в управлінні. Для досягнення успіху в умовах сучасного ринкового середовища, де динаміка змін і конкуренція завжди підвищена, підприємства мають бути здатними швидко реагувати на зміни та впроваджувати інновації у всіх аспектах своєї діяльності.

Ключові елементи цієї інноваційної стратегії включають:

1. Розробка продукції високої якості: Якість продукції є однією з головних конкурентних переваг. Підприємства повинні вдосконалювати свої технології та виробничі процеси для виготовлення продукції, яка відповідає вимогам споживачів та вищим стандартам якості.

2. Інновації в продуктах і технологіях: Постійна робота над інноваціями є необхідною для підтримки конкурентоспроможності. Розробка нових продуктів, удосконалення технологічних рішень і процесів допомагають підприємствам залишатися в лідерах ринку.

3. Клієнтська орієнтованість: Розуміння потреб і побажань споживачів є ключовим для успіху. Підприємства повинні бути активними в слуханні своїх клієнтів, збирати зворотний зв'язок та адаптувати свої продукти та послуги до вимог ринку.

4. Ефективне управління ресурсами: Ефективне використання ресурсів, включаючи фінансові, людські та матеріальні, допомагає забезпечити сталу прибутковість і ефективність підприємства.

5. Аналіз конкурентного середовища: Підприємства повинні постійно слідкувати за конкурентами і ринковими тенденціями, щоб мати можливість адаптувати свою стратегію відповідно до змін на ринку.

6. Гнучкість та швидкість реакції: Здатність швидко реагувати на нові умови та зміни важлива для успіху. Підприємства повинні мати гнучкість у виборі шляху дії та використовувати інноваційні підходи для вирішення проблем.

Отже, інноваційна стратегія спрямована на створення конкурентної переваги підприємства через якість продукції, інновації та ефективне управління ресурсами в умовах постійних змін на ринку.

Підприємство олійно-жирового підкомплексу має можливість використовувати свої сильні сторони в процесі стратегічного управління, і для цього воно може застосовувати різні деталізовані стратегії. Ось кілька таких стратегій:

1. Стратегія інноваційного розвитку: Підприємство може активно інвестувати в дослідження та розробку нових продуктів та технологій, що дозволить йому залишатися в лідерах ринку через постійне вдосконалення та інновації.

2. Лідер за якістю: Фокус на високій якості продукції може дати підприємству конкурентну перевагу. Вироблення продуктів, які відповідають найвищим стандартам якості, привертає споживачів і забезпечує їх лояльність.

3. Діяльність на специфічному сегменті або стратегія нішера: Зосередження на конкретному сегменті ринку або вибір нішевої стратегії, спрямованої на обслуговування обмеженої, але вигідної аудиторії, може бути вигідним.

4. Диверсифікація та поглиблення асортименту: Розширення асортименту продукції або входження в нові сегменти ринку дозволяє розширити галузь діяльності і зменшити ризики.

Для ефективного стратегічного управління інноваційною діяльністю, підприємство повинно аналізувати фактори, що впливають на його діяльність, враховуючи тенденції, загрози і можливості в зовнішньому середовищі. Цей аналіз допомагає визначити специфічні стратегії та напрями розвитку, а також визначити, який попит на продукцію і які технології можуть бути актуальними у майбутньому.

На сучасному етапі, у стратегічному управлінні підприємствами олійно-жирового підкомплексу, досить популярним є узагальнюючий підхід, який ґрунтується на концепції стратегічного планування, запропонованій М. Портером та іншими американськими дослідниками. За цією концепцією виділяються три типи стратегій: лідерство за витратами, спеціалізація та концентрація. Останню можна розділити на концентрацію на спеціалізації та концентрацію на витратах. З урахуванням розвитку ринку та зростання конкуренції, підприємствам олійно-жирового підкомплексу необхідно активно використовувати інші стратегії, такі як стратегія диференціації та інноваційна стратегія.

Інноваційна стратегія підприємства олійно-жирового підкомплексу передбачає впровадження нововведень в різних аспектах його діяльності, такі як створення нових продуктів або послуг, вдосконалення технологічних процесів, модернізація обладнання, оновлення організаційної структури та робочих методів, а також розвиток соціальних аспектів.

Система інноваційних стратегій підприємства олійно-жирового підкомплексу формується на основі аналізу зовнішнього середовища та внутрішніх факторів інноваційної діяльності. Вона може включати різні види інновацій, і цей стратегічний портфель допомагає підприємству залишатися конкурентоспроможним у змінному середовищі. Така система формується в умовах невизначеності та підпорядковується аналізу концепцій інноваційного розвитку держави та інших чинників.

На сучасному етапі стратегічного управління підприємствами олійно-жирового підкомплексу, важливим підходом є узагальнюючий підхід, який базується на концепції стратегічного планування, розробленій М. Портером та іншими американськими дослідниками. За цією концепцією виділяються три типи стратегій: лідерство за витратами, спеціалізація та концентрація. Остання може бути розділена на концентрацію на спеціалізації та концентрацію на витратах. Проте, у зв'язку зі зростанням конкуренції і змінами на ринку, підприємства олійно-жирового підкомплексу повинні активно використовувати інші стратегії, такі як стратегія диференціації та інноваційна стратегія.

Інноваційна стратегія підприємства олійно-жирового підкомплексу передбачає впровадження нововведень в різних аспектах його діяльності. Це може включати розробку нових продуктів або послуг, удосконалення технологічних процесів, модернізацію обладнання, оптимізацію організаційної структури та робочих методів, а також розвиток соціальних аспектів, таких як стосунки з персоналом та взаємодія з громадськістю.

Система інноваційних стратегій підприємства олійно-жирового підкомплексу розробляється на основі аналізу зовнішнього середовища та

внутрішніх факторів інноваційної діяльності. Вона може включати різні види інновацій, і цей стратегічний портфель допомагає підприємству залишатися конкурентоспроможним у змінному середовищі. Така система формується в умовах невизначеності та підпорядковується аналізу концепцій інноваційного розвитку держави та інших факторів.

В сучасних умовах, коли Україна переорієнтовує свою ринкову стратегію з країн СНД на ринки Західної Європи, стає критично важливим розглядати характер експортної орієнтації країни. Основна ідея полягає в тому, щоб зосередитися на реалізації готової продукції, яка має більший потенціал для створення доданої вартості, порівняно з сировиною, матеріалами або напівфабрикатами.

Пропонується концепція, за якою розвиток національної економіки України має базуватися на наступних принципах:

1. Орієнтація виробництва на власні унікальні ресурси, що вказує на необхідність використання внутрішніх потенціалів і особливостей.

2. Створення сировинної бази на регіональному рівні для забезпечення стабільності постачання сировини.

3. Розробка та впровадження нової техніки в виробничий процес з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності.

4. Розробка та виведення на ринок нових товарів, що сприяє розширенню асортименту та відкриттю нових ринкових можливостей.

5. Розробка та впровадження в виробничий процес нових технологій для підвищення якості та ефективності виробництва.

6. Розвиток ринків збуту нововведень на основі маркетингової діяльності для залучення споживачів.

7. Розвиток відповідних сфер економічної діяльності, які враховують вищезазначені принципи і сприяють створенню інновацій та розвитку національної економіки.

Загальне уявлення про стратегії підприємства олійно-жирового підкомплексу можна сформулювати наступним чином:

1. Система стратегій цього підприємства складна і включає в себе різні види стратегій, які можна розглядати як певний портфель.

2. Конкретизація стратегій залежить від багатьох чинників, таких як етап життєвого циклу підприємства, загальні цілі, інноваційні завдання, аналіз стану інноваційного росту і інші.

3. Рекомендується комбінувати стратегії на різних рівнях управління, які доповнюють одна одну і сприяють досягненню синергії в стратегічному управлінні інноваційним розвитком підприємства олійно-жирового підкомплексу.

4. Важливим результатом діяльності підприємства олійно-жирового підкомплексу є розробка нових видів продукції, яка відповідає потребам споживачів і базується на маркетингових принципах.

Узагальнюючи, інноваційні стратегії грають важливу роль у забезпеченні конкурентних переваг для підприємств олійно-жирового підкомплексу, якщо ці стратегії розробляються і впроваджуються системно і комплексно.

На етапі відбору ідей для створення інновацій можна використовувати методологію розгортання функції якості, що допомагає:

1. Розробити принципи відбору ідей, які відповідають потребам споживачів.

2. Продемонструвати, як методологія розгортання функції якості може бути ефективною на етапі відбору ідей, щоб задовольнити потреби споживачів.

3. Розробити критерії для оцінки запитів споживачів, що допомагають визначити, які ідеї слід розглядати для подальшої реалізації.

Розгортання функції якості (QFD) було розроблено Йоші Акао, інженером з компанії Mitsubishi та членом японської асоціації інженерів (JUSE). Основна ідея QFD полягає в системному зв'язку між маркетинговими аспектами підприємства і потребами споживачів, перетворюючи їх на

конкретні характеристики, які визначають якість продукції, послуг або процесів.

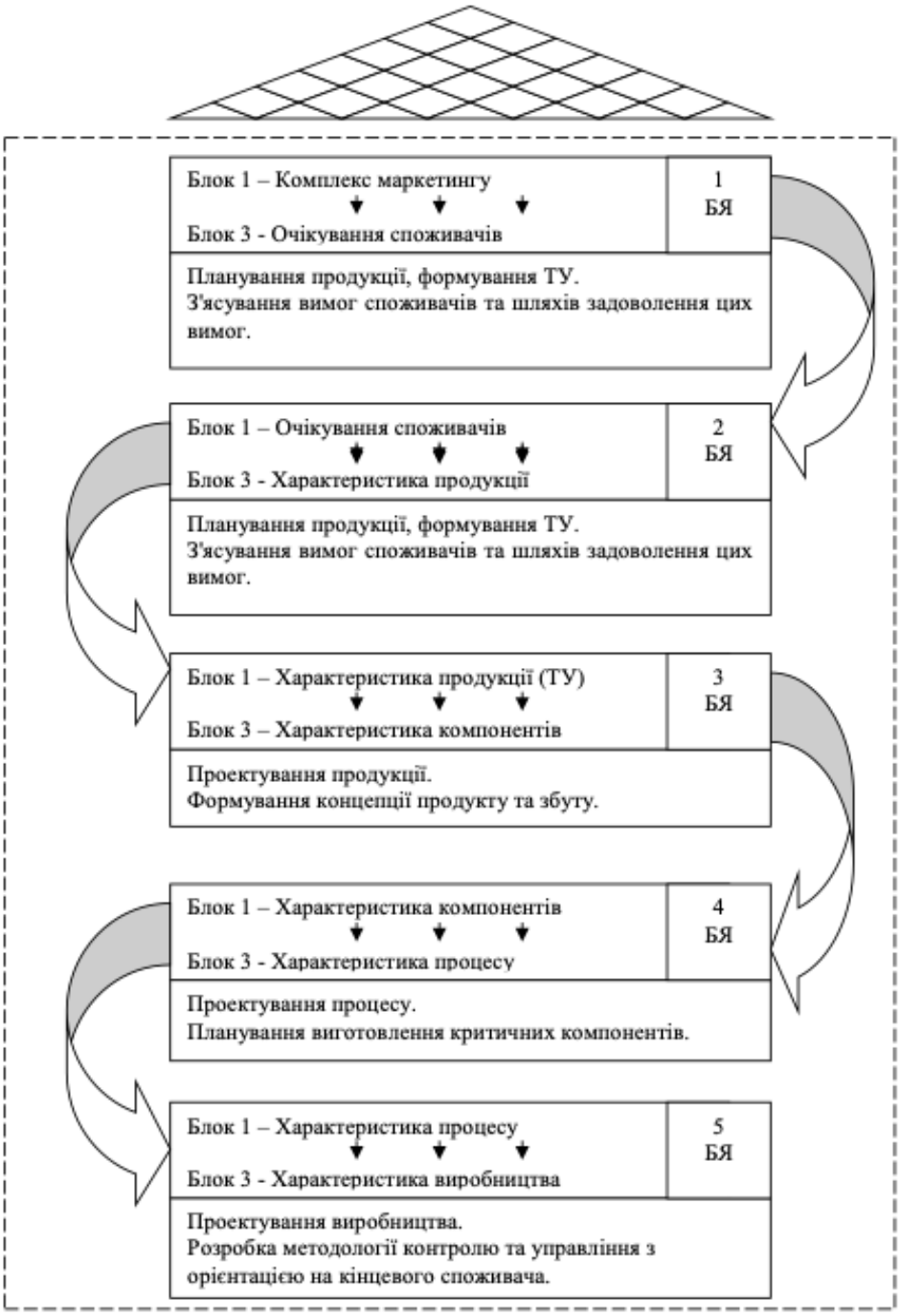


Рис. 2.3. Послідовне розгортання якості продукції підприємства

За допомогою QFD бажання та потреби споживачів взаємозв'язуються з технічними характеристиками продукції підприємства за допомогою спеціально побудованих матриць. Цей підхід дозволяє перекласти вимоги споживачів в конкретні технічні параметри.

Таблиця 2.1

Комплекс маркетингу в залежності від купівельних звичок споживача

<table>
<tr><td colspan="2">Вид товару</td><td>Залучення маркетингового інструментарію управління вартістю</td></tr>
<tr><td colspan="2">Товари кінцевого споживання масового попиту</td><td rowspan="4">Товарна політика
орієнтація на моду при розробці інновацій; творчий підхід.
Цінова політика
розробка цінових методів стимулювання збуту; розробка механізмів цінового впливу на покупців і конкурентів; диференціація умов продажу і форми оплати.
Збутова політика
особисті переваги споживачів при виборі постачальника; збільшення розповсюдженості товару; орієнтація на універсальні магазини.
Комунікаційна політика
використання рекламних каналів; прямий продаж; орієнтація на образ життя; орієнтація на суспільну думку; вироблення у свідомості потенційних споживачів позитивних асоціацій з конкретним продуктом.</td></tr>
<tr><td>Характеристика товару</td><td>Характеристика попиту</td></tr>
<tr><td>основний</td><td>Постійний попит</td></tr>
<tr><td>Допоміжний, додатковий</td><td>імпульсивний
екстрений
попередній вибір
особливий
пасивний</td></tr>
<tr><td colspan="2">Товари промислового призначення, сировинні товари проміжного споживання</td><td>Товарна політика
орієнтація на технічний прогрес при розробці інновацій; науковий підхід;
підвищення рівня якості;
інноваційність.
Цінова політика
оптимізація ціноутворення (зниження вільних відпускних цін); ціноутворення в межах товарного асортименту.
Збутова політика
раціональні аргументи вибору постачальників; скорочення періоду виходу оновлених товарів на ринок.
Комунікаційна політика
використання редакційних каналів;
орієнтація на технічні характеристики товару;
орієнтація точні і явні критерії якості продукту визначені
клієнтом ще до здійснення покупки;
підвищення освітнього рівня потенційних споживачів у тому,
що стосується переваг, які піддаються кількісному вимірюванню і яких можна домогтися за допомогою конкретного продукту;
підвищення освітнього рівня потенційних споживачів спрямоване на поглиблення розуміння принципів дії даного продукту.</td></tr>
</table>

Результатом використання QFD від маркетингу до виробничих характеристик є розробка конкретних директив для всіх етапів виробництва підприємства.

Основні принципи маркетингу справді є загальними та застосовуються на різних ринках і для різних видів продукції. Однак умови їхнього застосування можуть різнитися в залежності від різних чинників.

При виборі складових маркетингового комплексу, які впливають на створення бажання та очікувань споживачів, важливо враховувати різницю в умовах, таких як тип товару (чи він є тривалим споживанням, має матеріальну форму або залежить від покупкових звичок споживачів). Також, важливим фактором є етап життєвого циклу продукту.

Отже, враховуючи ці умови, маркетологи визначають, які конкретні стратегії маркетингу і елементи комплексу маркетингу слід використовувати для певного типу товару або на певному етапі його життєвого циклу.

Для визначення характеристик продукції та їх групування важливо використовувати модель продукту, яка відображає споживчу цінність цього продукту. Ці моделі можуть бути дворівневими, трирівневими або п'ятирівневими, в залежності від того, які аспекти продукту важливі для споживачів.

При побудові таких моделей, які мають перший, другий та третій "рівні", можна групувати характеристики, пов'язані з очікуваннями споживачів, властивостями продукту і його складовими. Це дозволяє краще визначити співвідношення між різними групами характеристик, а графічне зображення цього співвідношення робить це більш очевидним.

Такий підхід має важливе значення, оскільки визначені характеристики можуть бути більш вагомими і важливими для споживача при прийнятті рішення про покупку продукту.

Визначення характеристик продукції та їх групування - це важливий етап в маркетинговій стратегії підприємства олійно-жирового підкомплексу.

Для цього використовуються різні моделі продукту, які відображають, як споживачі сприймають та оцінюють продукт.

Наприклад, дворівнева модель продукту може включати в себе основні характеристики, які цікавлять споживачів, і технічні характеристики, що описують властивості продукту. Трирівнева модель може розглядати додаткові аспекти, такі як якість обслуговування чи підтримку клієнтів, які можуть впливати на споживчу цінність продукту. П'ятирівнева модель може додатково враховувати взаємодію споживачів з продуктом на різних етапах його використання.

Групування характеристик допомагає визначити, які з них є найважливішими для споживачів і, відповідно, які потребують найбільшої уваги з боку підприємства при розробці та просуванні продукту на ринку. Також цей підхід дозволяє побудувати більш ефективну маркетингову стратегію, орієнтовану на задоволення потреб споживачів і створення конкурентних переваг на ринку.

Третину з усіх експортних товарів, які Україна вивозить на зовнішні ринки, становлять зернові та олійні культури. Це означає, що збільшення обсягів їх перероблення в Україні є критичним чинником для збільшення доходів від експорту і загальної економічної стабільності країни. Однак важливо враховувати, що витрати на перевезення цих сільськогосподарських продуктів сухопутними шляхами можуть бути високими, і існують обмеження на імпорт кукурудзи, ріпаку та соняшнику до країн Європейського Союзу з України. Це може призвести до різкого зменшення обсягів експорту цих продуктів.

Аналіз показників експорту показує, що виробництво борошна та круп може приносити втричі більше прибутку з продажу однієї тонни експортованої продукції порівняно з експортом зерна. А виробництво готової продукції на основі борошна може призводити до прибутку в 11 разів більше, ніж експорт зерна.

Таблиця 2.2

Обсяги експорту окремих видів продукції Україною у 2022 році

Сільськогосподарська сировина				Продукти переробки			
Найменування	Вага, тис. т	Вартість 1 т, тис. USD	Частка в товарному експорті, %	Найменування	Вага, тис. т	Вартість 1 т, тис. USD	Частка в товарному експорті, %
М'ясо та їстівні субпродукти	430,1	2,2	2,1	Готові харчові продукти з м’яса	7,6	3,2	0,1
Молоко, вершки, сироватка	74,4	1,7	0,3	Масло вершкове, сири	23,1	5,4	0,3
Овочі, плоди, горіхи	399,0	1,0	0,9	Продукти перероблення овочів, плодів, горіхів	156,9	1,4	0,5
Зерно	38538,6	0,2	20,6	Борошно, крупи, крохмалі, інулін	234,6	0,6	0,3
				Готові продукти з борошна	74,4	2,2	0,4
Насіння, плоди олійних культур	7908,5	0,5	8,4	Олії	4598,4	1,3	13,3
Цукор	181,0	0,8	0,3	Кондитерські вироби з цукру	70,2	2,0	0,3

У цілому, перероблені продукти харчування, такі як олія та борошно, виробляються в набагато менших обсягах в порівнянні з сировиною, але вони формують частину вартості експорту, яка є приблизно вдвічі меншою (15,2% порівняно з 32,6%) в структурі експорту України. Зокрема, виробництво м'ясної, молочної, плодоовочевої продукції, а також олії та кондитерських виробів з цукру призводить до значного зростання вартості тонни експорту, в деяких випадках в 1,5-3,2 рази порівняно з відповідними сировинами.

Також важливо відзначити, що значний попит існує на технічні зернові, олійні культури, а також залишки та відходи від харчової промисловості, які експортуються. Ці матеріали можуть бути використані для створення внутрішніх виробництв альтернативного палива.

Отже, з 1999 року, коли в Україні було введено експортне мито на насіння соняшнику, результативність олійно-жирового комплексу підтверджує переваги переходу від сировинного типу економіки до створення

конкурентного продукту з високою доданою вартістю всередині країни. На жаль, ліквідація профільного Міністерства аграрної політики була кроком назад для економіки України, що сповільнило процес екологізації та розвитку аграрного сектору.

Аграрний сектор України, який становить більше 17% ВВП і приносить 40% валютної виручки, має право на власного представника і лобіста в урядовому Кабінеті міністрів. Зокрема, досвід інших країн, таких як США, Бразилія, Канада, Австралія, Китай та країни Європейського Союзу, показує, що профільні міністерства аграрної політики є важливими для підтримки і розвитку агропромислового сектору та забезпечення продовольчої безпеки.

У вітчизняному сільському господарстві важливо вдосконалити законодавство та впровадити міжнародні стандарти на обов'язковій основі, а також сприяти інтеграції сільськогосподарських товаровиробників у ринкові механізми. Важливо підтримувати інституційний розвиток сільських територій, сприяти взаємодії держави та аграрного бізнесу, і розвивати сільськогосподарське дорадництво та кооперацію для забезпечення ефективного управління аграрним сектором.

Напрямки екологізації програми можуть бути визначені з огляду на сучасні тенденції розвитку світового ринку рослинних олій та стан олійно-жирової промисловості України. Рослинні олії стають все популярнішими завдяки їхній корисності для здоров'я, і передбачається, що їх виробництво продовжить зростати порівняно з тваринними жирами. Тому важливо розглянути можливість реалізації екологізаційних програм для підвищення конкурентоспроможності української продукції рослинних олій.

Розглядаючи сучасний стан аграрного сектору України та його взаємозв'язок з екологічними аспектами, слід зазначити, що агропромисловий комплекс є однією з ключових галузей української економіки. Він не лише забезпечує значну частину ВВП і валютних надходжень, але й має великий потенціал для подальшого розвитку та модернізації.

Перехід до сировинного придатку для розвинених країн та виробництво продуктів з високою доданою вартістю на території України є надзвичайно важливим завданням для зміцнення економічної безпеки країни. При цьому, насіння соняшнику, ріпаку, сої та інших олійних культур може стати основною сировиною для виробництва олій та інших продуктів з високою доданою вартістю, що дозволить не лише збільшити експортні надходження, але й створити нові робочі місця та сприяти соціальному розвитку регіонів.

Втім, для досягнення цієї мети необхідно враховувати екологічні аспекти виробництва. Екологічна безпека та сталість аграрного виробництва стають все більш актуальними питаннями у світі, і Україна не може залишитися осторонь. Сучасні споживачі дедалі більше вимагають продукцію, яка була вироблена з дотриманням високих стандартів екологічної безпеки та сталості.

Одним із шляхів підвищення конкурентоспроможності української продукції є впровадження екологізаційних програм. Це може включати в себе використання біотехнологій, зменшення впливу сільськогосподарських процесів на навколишнє середовище, підтримку екологічно чистого виробництва та переробки, а також використання сучасних методів інтегрованого управління. Такі заходи сприятимуть не лише підвищенню якості продукції, але й забезпечать довгострокову сталість аграрного сектору та сприятимуть збереженню природного середовища.

У цьому контексті, наявність профільного Міністерства аграрної політики є дуже важливою, оскільки воно може стати координатором розвитку екологічно чистого агропромислового комплексу. Також, важливо враховувати світовий досвід та навчатися від країн, які вже досягли великих успіхів у цій галузі, таких як США, ЄС та інші.

Узагальнюючи, аграрний сектор України має великий потенціал для подальшого розвитку і зміцнення економічної безпеки країни. Важливо враховувати екологічні аспекти виробництва та впроваджувати екологізаційні програми для підвищення конкурентоспроможності та сталості аграрного

сектору. При цьому, наявність профільного міністерства аграрної політики є ключовою для координації та підтримки розвитку цієї важливої галузі економіки.

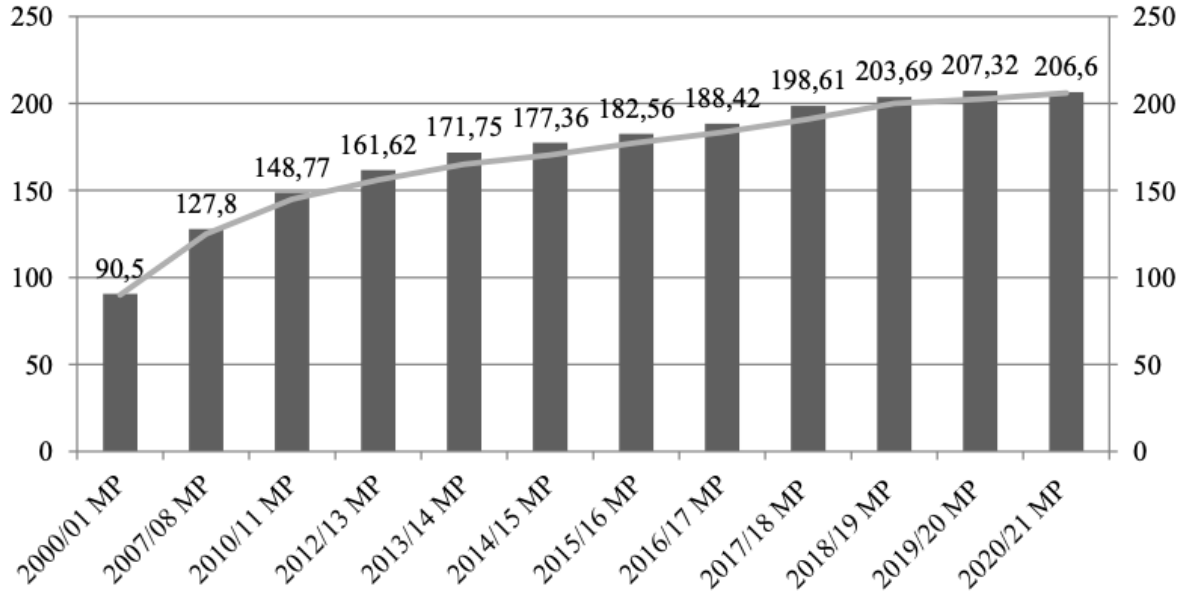


Рис. 2.4. Динаміка виробництва та споживання основних видів рослинних олій у світі 2000-2020 роки, млн тон

* джерело: побудовано автором за даними Держслужби статистики України

На сучасному ринку споживчих товарів велике значення приділяється органічним продуктам, і це насамперед через зростаючий попит серед свідомих споживачів, які цінують якість продукції рослинного походження в різних галузях. Рослинні олії використовуються як компоненти у мастилах для промислових та транспортних потреб.

Світове виробництво рослинних олій зросло більше ніж удвічі протягом останніх 20 років, і в цьому процесі Україна відіграла важливу роль, збільшивши виробництво соняшникової олії в 4 рази. Цікаво, що у минулому понад 90% рослинних олій використовувалися у харчовій промисловості, а лише 10% у промисловості. Але сьогодні близько 70% рослинних олій застосовуються у харчовій галузі, а 30% - у промисловості. Це пояснюється

тим, що рослинні олії стали популярними як альтернативне паливо, яке більш екологічно та сталий джерело енергії. Наприклад, ріпакова олія використовується для виробництва біодизелю, і це сприяє зростанню її ціни.

Г.М. Калетнік наголошує на тому, що біоенергетика має великий вплив на аграрний сектор і є сильним стимулом для його розвитку. Вона привертає інвестиції в сільське господарство, сприяє вдосконаленню технологій та інфраструктури, збільшенню виробництва продовольства та зниженню його вартості. Виробництво та використання біопалива в сільському господарстві України може сприяти створенню нових робочих місць, підвищенню зайнятості сільського населення та покращенню ефективності виробництва, що в свою чергу призведе до підвищення добробуту сільського населення.

Таким чином, роль рослинних олій і біопалива стає важливою не лише у галузі виробництва та споживання, але й у розвитку аграрного сектору та стимулюванні екологічно чистого виробництва і споживання.

Таблиця 2.3

Виробництво продукції олійних культур в світі у 2016-2020 рр., млн т

Культура	Роки					Зміна за період, %
	2016	2017	2018	2019	2020	
Соняшник	48,39	48,01	50,66	53,94	49,11	1,46
Ріпак	69,55	75,28	72,85	69,21	72,66	- 4,3
Соя	350,1	343,4	361,32	339,89	366,23	-4,4

Найшвидший темп зростання виробництва та експорту олії у всьому світі спостерігається в сегменті соєвої олії. Наприклад, виробництво соняшникової олії з 15,45 мільйонів тонн у 2015 році зросло до 17,72 мільйонів тонн у 2019 році, що означає зростання на 114%. Пальмова та соєва олія також відзначилися імпресивними темпами зростання, відповідно, на 117% та 123%. Пальмова олія вирізняється своєю високою ефективністю виробництва, оскільки дає вдвічі або восьмеро більший врожай, ніж інші джерела олії, і пальмове дерево не вимагає особливого догляду. На відміну від соняшника та сої, догляд за якими вимагає більше уваги і витрат, пальмове дерево дає врожай з плодів три рази на рік і може рости протягом 25 років. Відповідно,

витрати на вирощування пальми набагато менше, ніж на інших олійних культурах.

На підсумок 2020 року, основні підприємства з виробництва олій та жирів в Україні переробили 14 962 380 тонн олійного насіння, що є невеликим збільшенням на 0,2% порівняно з попереднім роком. Основною сировиною для переробки було насіння соняшника, яке становило 13 404 488 тонн, або 89,6% від загального обсягу переробки насіння олійних культур. Крім того, у 2020 році було перероблено насіння сої - 1 291 832 тонни (8,6%), ріпаку - 259 474 тонни (1,7%), і гірчиці - 7186 тонн (0,01%).

Таблиця 2.4

Обсяги переробки олійних культур в Україні, тис. т

Сировина	Обсяги переробки, т		Відхилення, %
	2020	2021	
Соняшник	13030,9	13404,5	102,9
Соя	1560,6	1291,8	82,8
Ріпак	333,1	259,5	77,9
Гірчиця	666,1	718,6	107,9

Зручно розглянути основні тенденції у розвитку олійно-жирової промисловості можна, розглядаючи виробництво основних олійних культур та продуктів їх переробки на внутрішньому ринку. (рис. 2.2).

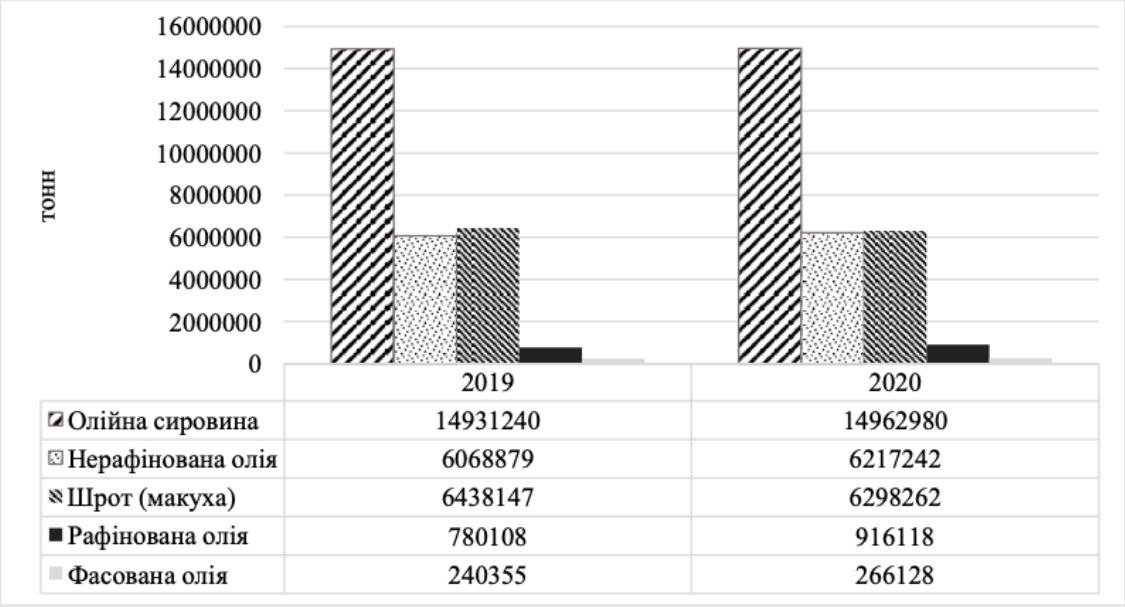


Рис. 2.5. Загальні показники виробництва продукції спеціалізованими олійно-жировими підприємствами України

З рисунку 2.2 видно, що основним результатом діяльності олійнодобувних підприємств є обсяги виробленої олії. У 2020 році нерафінованої олії виробили 6 217 242 тонни, що становить 102,4% від показника попереднього року. З них найбільшими обсягами виробництва були соняшникова олія - 5 881 901 тонна, соєва - 227 257 тонн, ріпакова - 106 072 тонни та гірчична олія - 2 012 тонн. Рафінована соняшникова олія також зросла на 17,5% і становила 916 011 тонн порівняно з 779 779 тоннами у 2019 році.

Основною продукцією є нерафінована олія, і Україна вже протягом 10 років поспіль посідає перше місце серед країн світу за обсягами її виробництва.

Також важливо відзначити, що середня олійність насіння інших культур в порівнянні з минулим роком складала: ріпаку - 41,60%, проти 43,01%; сої - 21,48%, проти 20,35%.

Таблиця 2.5

Рівень олійності насіння, яке перероблялося в Україні в 2020-2021 рр., %

Підприємства сфери переробки	Роки		Відхилення, %
	2020	2021	
Соняшник			
Дніпропетровський ОЕЗ	44,13	44,20	+0,07
Вінницький ОЖК	46,16	46,30	+0,14
Вовчанський ОЕЗ	44,84	44,96	+0,12
«ПОЕЗ – Кернел Груп»	45,30	45,10	-0,20
Кропивницький ОЕЗ	45,27	44,85	-0,42
Чернівецький ОЖК	46,18	46,86	+0,68
«Колос»	45,21	45,77	+0,56
Середньозважене значення	45,08	45,07	-0,01
Ріпак			
Вінницький ОЖК	43,02	41,70	-1,32
Чернівецький ОЖК	42,97	40,86	-2,11
Середньозважене значення	43,01	41,6	-1,41
Соя			
Вінницький ОЖК	20,62	21,48	+0,86
Середньозважене значення	20,62	21,48	+0,86

Одночасно можна відзначити позитивну тенденцію в олійно-жировій промисловості, що полягає у зростанні виробництва рафінованих олій. Ці олії

пройшли через кілька стадій очищення, включаючи гідратацію (видалення фосфатидів), відбілення (видалення речовин, які дають забарвлення), вінтеризацію (видалення восків) і дезодорацію (видалення речовин, які надають неприємний запах і смак). Деталі щодо виробництва рафінованих олій на різних підприємствах олійно-жирової промисловості наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Обсяги виробництва рафінованої соняшникової олії в Україні, тис. т

Підприємства сфери переробки	Роки		Відхилення, %
	2020	2021	
Дніпропетровський ОЕЗ	125,5	148,4	118,2
Мелітопольський ОЕЗ	17,9	20,0	111,7
«Дельта Вілмар СНД»	106,2	150,1	141,3
Приколотнянський ОЕЗ	52,7	63,2	119,9
Пологівський ОЕЗ	24,3	19,8	81,5
«ПОЕЗ - Кернел Груп»	91,9	95,4	103,8
Харківагросоюз	0,5	0,4	80,0
«Градолія Рафінація»	51,1	64,9	127,0
«Щедро»	19,6	30,2	154,1
Чернівецький ОЖК	11,3	12,2	108,0
«Радема»	2,2	2,9	131,8
Вінницький ОЖК	8,5	11,7	137,6
«Авіс»	9,1	7,9	86,8
«Оліс»	11,6	9,9	85,3
«Екобіотек-Україна»	5,3	7,1	134,0
«Оліяр»	60,1	82,0	136,4
«ВВВВ»	31,0	32,0	103,2
«Віктор і К»	50,1	60,3	120,4
«Укроліяпродукт»	40,3	45,1	111,9
«Гідросенд»	25,4	20,0	78,7
«Сан Ойл»	2,1	3,5	166,7
Сумський завод продовольчих товарів	7,5	8,3	110,7
Слобожанський завод продтоварів	0,3	0,3	100,0
«Васильківхлібопродукт»	0,3	0,1	33,3
Агрофірма «Псьол»	0,2	0,4	200,0
Ніжинський ЖК	0,5	0	0,0
«Магнат 2017»	0,2	0	0,0
РАЗОМ	755,7	896,1	118,6

За допомогою даних, наданих Державною службою статистики, було проведено аналіз показників економічної ефективності вирощування соняшнику на українських підприємствах та його продажу в середньому по

Україні. Враховуючи дані з 2000 року, коли розпочалася епоха соняшнику та розвиток олійно-жирової промисловості після введення експортного мита в 1999 році, можна спостерігати постійне зростання рівня прибутковості. Ця тенденція пояснюється збільшенням попиту на сировину завдяки зростанню попиту на продукти переробки.

Таблиця 2.7

Ефективність виробництва соняшника в Україні

Показники	Роки							Відхилення, %
	2000	2011	2015	2018	2019	2020	2021	
Собівартість 1 т, грн	338	1664	3621	5080	4483	5040	5606	+1658
Ціна реалізації 1 т (без ПДВ), грн	514	2290	7571	8800	8356	8683	13000	+1689
Прибуток з 1 т, грн	176	626	3950	3720	3873	3011	7394	+2529
Курс долара США, грн	5,43	7,96	21,84	25,6	27,2	25,8	26,96	+496
Собівартість 1 т, дол. США	62	209	165	198	195	219	208	+335
Прибуток з 1 т, дол. США	32	207	180	145	123	116	274	+856

Згідно з таблицею 2.7, прибуток в доларовому еквіваленті зріс в 8,6 рази, при тому, що в гривневому еквіваленті збільшився більше ніж у 40 разів завдяки знеціненню гривні. Це означає, що українські підприємства відчули позитивну динаміку у виробництві та продажу олійно-жирової продукції. Однак існує ряд ризиків, які можуть негативно вплинути на рентабельність як фермерів, так і виробників. Зокрема, економічна ситуація в світі, її невизначеність і невпевненість, падіння темпів глобальної економіки та інші фактори можуть вплинути на ціноутворення.

Крім того, відкриття ринку землі та торговельна війна між США та Китаєм є серйозними ризиками для українських підприємств. Статистика, представлена у відомостях щодо частки ринку, стосується загального виробництва олійно-жирової продукції компанією. Проте окремі підприємства є лідерами в виробництві певних продуктів. Наприклад, компанія "Бунге" виробляє багато рафінованої олії і займає 17% ринку, а "Віойл" є основним виробником ріпакової олії, що складає 25% усього обсягу в Україні.

Компанія "Кернел" з 1995 року активно працює в Україні та стала великим гравцем на ринку соняшникової олії, займаючи 8% світового виробництва. За цей час вона здобула значний досвід та стала власником численних об'єктів і земельного банку площею понад 500 тисяч гектарів. Підприємство переробляє близько 3 мільйонів тонн соняшникового насіння на рік, що складає приблизно 20% загального врожаю в Україні. Недавно вони також розпочали будівництво нового переробного заводу на заході України, що допоможе знизити витрати на логістику та покращить фінансові показники компанії.

Важливо відзначити, що компанія дбає про якість та безпечність своєї продукції. Сертифікація для неї не просто крок у впровадженні моди, а важлива необхідність для сучасного та прогресивного виробника. Компанія активно контролює та забезпечує високі стандарти якості та безпеки виробленої продукції. Це дає можливість компанії розширювати ринки збуту своєї продукції та зростати як інвестиційно привабливого виробника.

Завдяки іміджу надійного виробника високоякісного продукту, компанія може брати участь в різних тендерах і конкурсах, що забезпечує стабільний попит на її товари. Також відповідність стандартам підвищує цінність продукції в очах споживачів, що заслуговує їхню довіру та лояльність.

Компанія "Кернел" також активно впроваджує цифрові технології в свою роботу, що дозволяє їй ефективніше планувати та контролювати виробничі процеси, а також досліджувати можливості для поліпшення своєї діяльності.

Компанія "Бунге Україна" є частиною глобального холдингу "Bunge" з більш ніж 200-річною історією. Вона була заснована в Амстердамі, але з 1998 року має головний офіс в США і вважається американською компанією. Україна не виняток, і "Бунге" є лідером на ринку бутильованої рафінованої олії, займаючи понад 16% від загального українського ринку.

Підходом компанії до відповідальних ланцюгів постачання є активна підтримка сталого сільського господарства та зобов'язання припинити

вирубування лісів до 2025 року. У 2015 році "Бунге" взяли на себе зобов'язання сприяти сталому розвитку сільського господарства через створення прозорих ланцюгів поставок, які не лише створюють стійкість, але і сприяють позитивному впливу на навколишнє середовище та впроваджують цілі сталого розвитку.

"Бунге" вірить у сільськогосподарський та інфраструктурний потенціал України, тому інвестиції компанії в країну зростають з року в рік. З початку інвестиційної діяльності в 2002 році, коли був придбаний завод в Дніпрі, "Бунге" вклавала значні кошти в українську інфраструктуру, зокрема в 2011 році був побудований новий термінал в Миколаєві на суму 100 млн. доларів. Цей термінал є одним із найефективніших в Україні та має можливість приймати 4 види культур одночасно. У 2016 році на базі цього терміналу був створений виробничо-перегрузочний комплекс, що включає в себе завод з виробництва рослинних олій, термінал по переробці олії та розширені потужності зернового терміналу. Загальна сума цього проекту склала 180 млн. доларів.

У 2020 році був запущений новий завод для глибокої переробки кукурудзи в Вінницькій області, який спеціалізується на виробництві круп та борошна. Цей проект не тільки створив більше 50 нових робочих місць, але і призвів до збільшення податкових надходжень до бюджету громади. Загальна вартість цього проекту склала 14 мільйонів доларів.

Серед найбільш перспективних напрямків розвитку вважають проекти, пов'язані з виробництвом продукції для експорту з високою доданою вартістю та розвитком логістичної інфраструктури. Наприклад, це може включати розвиток аграрної інфраструктури та логістики, обробку та переробку сільськогосподарської продукції у високоякісні експортні товари, проекти з повним циклом виробництва - від сировини до готової продукції, а також біоенергетичні проекти, які використовують відходи сільського господарства.

Таким чином, олійно-жирова промисловість є одним із основних напрямків розвитку країни, оскільки підприємства цієї галузі регулярно

приносять до бюджету кошти, створюють робочі місця та інвестують у розвиток місцевих громад, сприяючи покращенню іміджу України.

Компанія "Олсідз" є одним з найбільших виробників і експортерів рослинних олій та шротів в Україні. Вона працює на ринку з часів незалежності України, починаючи з 1991 року, і успішно реалізовує різні проекти. Голова компанії, Вячеслав Петрище, активно підтримує ідею введення експортного мита на насіння сої та ріпаку, оскільки попередній досвід введення мита на соняшник позитивно позначився на відновленні олійно-жирової промисловості в Україні. Він вважає, що важливо розвивати внутрішній ринок, сприяти виробництву продукції з вищою доданою вартістю і забезпечувати нормальне кредитування економіки, зокрема, компенсуючи кредитні ставки підприємствам реального сектора, що позитивно впливає на діяльність олійно-жирової промисловості.

У 2015 році компанія "Олсідз" реалізувала інвестиційний проект з побудови олійно-екстракційного заводу в порту "Південний" з бюджетом у 200 мільйонів доларів США, що дозволило збільшити потужності переробки. Також були відкриті два термінали: перший спільно з китайською компанією Cofco Corporation та другий в Іллічівському порту за участю швейцарської компанії Risoil S. A. Ці проекти сприяють розвитку логістичної інфраструктури і розширенню можливостей для зберігання зерна.

Щодо екологічності та сталості, група "Олсідз" дотримується українського законодавства, внутрішніх вимог та міжнародних стандартів і норм, зокрема стандартів Міжнародної фінансової корпорації (IFC) та принципів Європейського банку реконструкції і розвитку.

"Оптимус Агро Трейд" - це українська агропромислова компанія, яка має кіпрські інвестиції і спеціалізується на переробці сільськогосподарської продукції, зокрема, виробництві соняшникової олії, шроту і лушпиння. Компанія працює на українському ринку з 1997 року і стала одним з найбільших виробників соняшникової олії в Україні.

"Оптимус Агро Трейд" активно впроваджує енергозберігаючі технології, включаючи використання біопалива та власну генерацію електроенергії. Компанія також раціонально використовує енергоресурси, спалюючи лушпиння соняшнику для виробництва пари, яка використовується в технологічних процесах та опаленні. Вони також дотримуються екологічних стандартів і впроваджують безвідходні технології виробництва.

"Промислова група Віойл" - це ще одна українська компанія, яка спеціалізується на переробці сільськогосподарської продукції, працює в цій галузі з 1951 року і постійно модернізує своє обладнання. Вони активно займаються впровадженням екологічно чистих технологій та дотримуються екологічного законодавства. Компанія має унікальне географічне положення, що дозволяє їй ефективно переробляти різні види олійних культур, і диверсифікує ринки збуту своєї продукції.

Компанія "Каргіл" розпочала свою діяльність в Україні у 1991 році, створивши спільне підприємство з дослідницьким інститутом у місті Дніпро та має олійнопереробний завод у місті Каховка. Унаслідок воєнного конфлікту на Донбасі втратили контроль над олійноекстракційним заводом у місті Донецьк. Завод у Каховці переробляв до 500 тисяч тонн насіння соняшника щороку та виробляв близько 200 тисяч тонн шроту на рік. Ця компанія була першою в Україні, яка розпочала програму популяризації вирощування та переробки високоолеїнового соняшника.

Компанія "ADM" відкрила свій перший офіс в Україні ще в 1942 році, але представництво діяло лише декілька років. Ця американська корпорація має більше ніж 270 виробничих підприємств і більше 33 тисяч співробітників. Компанія прагне зв'язувати здоров'я планети та природні ресурси з здоров'ям бізнесу та спільнот, в яких вона працює. Вони запустили програму зі зниження викидів парникових газів та енергоємності з метою зниження їх на 25% і 15% відповідно до 2035 року.

Компанія "Дельта Вілмар Україна" включає два заводи у порту Южний - один для переробки олійних культур та інший для переробки тропічних олій.

Компанія активно розвиває потужності з переробки аграрної сировини в Україні та виробництва продукції з високою доданою вартістю в межах країни. Новий завод для переробки сої, що будується, має значні потужності та обсяги зберігання, що, за словами керівництва, призведе до позитивного впливу на ВВП країни з очікуваним економічним ефектом понад 500 мільйонів гривень щороку.

Зокрема, компанія "Миронівський хлібопродукт" використовує сучасні технології в усіх аспектах виробництва та має власну екологічну політику. Їх інвестиції в нові технології на один гектар земельного банку є одними з найвищих в галузі. Компанія ставить перед собою завдання скорочення викидів в атмосферу, зменшення обсягів утворення відходів та підвищення рівня промислової безпеки шляхом впровадження екологічно чистих технологій та раціонального використання ресурсів.

Висновки до розділу 2

1. Інтерпретовано тенденції зміни обсягів та рівня економічної ефективності виробництва та переробки продукції олійних культур в контексті визначення ринкових умов та потенційних можливостей використання характеристик зовнішнього середовища для зростання результатів діяльності підприємств-виробників сировини та переробників в процесі мобілізації їх економічного та інтеграційного потенціалу. При цьому встановлено, що інтеграційний потенціал підприємств-виробників сировини для переробки зростає по мірі зниження рівня ефективності виробництва та реалізації вказаної продукції.

2. В дослідженні обґрунтовано організаційно-економічні засади визначення пріоритетів поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур на ринку шляхом формалізації критеріїв та параметричних ознак вибору шляхів, моделей, інструментів та засобів підвищення ефективності діяльності. При цьому доведено, що вибір

відповідних процедурних рішень доцільно здійснювати з урахуванням викликів зовнішнього середовища та рівня розвитку потенціалу підприємств сфери виробництва та переробки продукції.

3. Визначено, що саме економічний потенціал підприємства є критичним для використання інструментів адаптації в контексті підвищення економічної ефективності діяльності.

4. В роботі обґрунтовано та апробовано методичний підхід до визначення динамічних тенденцій змін структури доданої вартості при виробництві та переробці продукції олійних культур в підприємствах. В основі вказаного підходу лежить ідентифікація стадій виробничо-комерційних та обмінних процесів з найбільшою інтенсивністю формування прибутків учасників господарських ланцюгів виробництва та постачань продукції. Застосування вказаного підходу здійснюється шляхом використання відповідних інформаційних масивів при прийнятті управлінських рішень щодо здійснення економічної поведінки підприємств-виробників та переробників продукції олійних культур.

Розділ 3.
СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОБКИ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР

3.1. Системи та інструментарій стратегічного управління підвищенням економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту

Управління економічною поведінкою підприємств, які виробляють продукцію олійних культур, може бути здійснене за допомогою ряду систем та інструментів. Вибір конкретних інструментів залежить від специфіки ринку, цілей підприємства, його розміру та ресурсів. Ось декілька основних аспектів управління економічною поведінкою:

1. Маркетингові стратегії:

Аналіз ринку: Вивчення тенденцій, споживачів, конкурентів.

Позиціонування: Розробка унікальних пропозицій, вибір цільових ринків.

Ціноутворення: Розробка оптимальних стратегій ціноутворення.

2. Фінансове управління:

Бюджетування: Планування та контроль бюджету.

Оптимізація витрат: Аналіз та зменшення витрат.

3. Управління ланцюгом постачання:

Оптимізація логістики: Покращення процесів постачання та дистрибуції.

Запаси: Управління запасами сировини та готової продукції.

4. Технологічне управління:

Інновації: Впровадження нових технологій для підвищення продуктивності.

Якість: Управління якістю продукції.

5. Кадрове управління:

Розвиток персоналу: Навчання та розвиток співробітників.

Мотивація: Розробка систем мотивації та заохочення.

6. Стратегічне управління:

Планування: Розробка довгострокових планів розвитку.

Ризики: Ідентифікація та управління ризиками.

7. Екологічне управління:

Стандарти: Дотримання екологічних стандартів та норм.

Сталість: Розвиток сталих виробничих практик.

8. Юридичне управління:

Регулювання: Дотримання законодавчих норм та стандартів.

Інструменти:

Аналітичні інструменти: для аналізу ринку, фінансів, ризиків тощо.

Технологічні рішення: для оптимізації виробництва та логістики.

Комунікаційні платформи: для взаємодії з клієнтами, постачальниками, співробітниками.

Для ефективного управління варто також розробляти гнучкі стратегії, що можуть бути адаптовані до змінних умов ринку та внутрішнього стану підприємства.

Маркетингові Стратегії для Аграрних Виробників:

Агроекологічний Маркетинг:

Сертифікація: Отримання сертифікатів на органічну продукцію.

Зелений Брендінг: Розробка брендів, що акцентують екологічність.

Технології та Інновації:

Прецизійне Землеробство: Впровадження технологій для оптимізації врожаю.

Біотехнології: Використання біотехнологій для покращення якості та врожаю.

Фінансове Управління:

Державна Підтримка:

Гранти та Субсидії: Використання державних програм для фінансування та підтримки.

Страхування: Введення систем страхування врожаю та активів.

Управління Ланцюгом Постачання:

Логістика:

Холодний Ланцюг: Впровадження технологій для зберігання та транспортування продукції.

Автоматизація: Використання автоматизованих систем для управління запасами.

Стале Землеробство:

Практики Управління:

Обертання Культур: Впровадження науково-обгрунтованих методів обертання культур.

Контроль Шкідників: Екологічні методи контролю шкідників і хвороб.

Дослідження та Розвиток:

Нові Сорти:

Селекція: Розробка нових сортів олійних культур, адаптованих до конкретних умов.

Тестування: Наукові дослідження для визначення продуктивності і якості нових сортів.

Зовнішні Ринки:

Експорт:

Міжнародні Стандарти: Адаптація продукції до міжнародних стандартів якості.

Логістика Експорту: Оптимізація логістичних процесів для міжнародної торгівлі.

Соціальна Відповідальність:

Спільнота:

Освіта: Освітні програми для місцевих спільнот.

Здоров’я і Безпека: Підвищення стандартів здоров’я і безпеки в аграрній індустрії.

У цілому, стратегія управління аграрними виробниками продукції олійних культур має бути гнучкою, адаптивною і зорієнтованою на стале землеробство, інновації та міжнародні ринки. Важливо також акцентувати увагу на соціальній відповідальності та екологічній стійкості виробництва.

Підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств, які спеціалізуються на виробництві продукції олійних культур, є ключовим аспектом забезпечення конкурентоспроможності на вітчизняному та міжнародних ринках. Розробка оптимізованих стратегій управління здійснюється через комплексний науковий підхід, що охоплює екологічні, технологічні, фінансові, та соціальні аспекти виробничої діяльності.

Екологічні Аспекти

З точки зору екології, увага зосереджена на впровадженні сталих агротехнологій, що мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище. Наукові дослідження в даному напрямку спрямовані на пошук біологічно ефективних методів обробітку ґрунту, контроль шкідників та хвороб, а також оптимізацію використання водних та інших природних ресурсів.

Технологічні Інновації

Технологічний розвиток забезпечується шляхом інтеграції прецизійного землеробства та біотехнологій. Це включає в себе впровадження сучасних методів моніторингу поля, автоматизованих систем управління виробництвом, а також розробку нових сортів олійних культур, що відповідають специфічним кліматичним та ґрунтовим умовам.

Фінансове Планування

Фінансовий компонент включає в себе розробку оптимальних стратегій бюджетування, а також використання механізмів державної підтримки, страхування та інших інструментів для мінімізації ризиків та забезпечення фінансової стабільності.

Соціальна Відповідальність

Соціальна відповідальність та взаємодія з місцевими спільнотами теж відіграє ключову роль. Підприємства повинні забезпечувати безпечні умови праці, розвивати освітні програми та сприяти соціально-економічному розвитку регіонів своєї діяльності.

Адаптація до Ринкових Умов

Адаптація до динамічно змінюючихся ринкових умов вимагає від підприємств гнучкості стратегій, аналітичної здатності та оперативності прийняття рішень. Наукове дослідження в даному контексті спрямоване на вивчення маркетингових тенденцій, споживчого попиту та поведінки, а також факторів, що впливають на конкурентну динаміку.

У цілому, науковий підхід до управління економічною поведінкою аграрних підприємств, що виробляють продукцію олійних культур, обумовлюється необхідністю комплексного вирішення виробничих, екологічних, фінансових та соціальних завдань, що стоять перед сучасним агробізнесом.

Підприємства, які займаються переробкою олійних культур, зіштовхуються з рядом специфічних викликів, які вимагають науково-обгрунтованих підходів до управління. Оптимізація процесів, якісний контроль, екологічні стандарти, та адаптація до змінних ринкових умов є серед них.

Оптимізація Виробничих Процесів

У контексті виробничих процесів, дослідження спрямовані на впровадження інноваційних технологій переробки. Автоматизація, покращення ефективності виробництва та якість кінцевої продукції є в центрі уваги. Інтеграція цифрових технологій та машинного навчання може сприяти оптимальному управлінню ресурсами і моніторингу якості.

Екологічні та Якісні Стандарти

Що стосується екології та якості, підприємства переробки олійних культур повинні відповідати строгим стандартам. Вивчаються методи

зменшення викидів, оптимізація використання води та енергії, а також контроль якості продукції через сучасні лабораторні аналізи та техніки.

Фінансове Управління

Фінансове управління також є ключовим аспектом. Основні зусилля спрямовані на розробку стратегій оптимізації витрат, ризикового менеджменту, та диверсифікацію джерел фінансування. Аналітичні інструменти та прогнозні моделі сприяють ефективному плануванню та алокації ресурсів.

Ринкова Адаптація

Адаптація до ринкових умов включає аналіз трендів споживачів, вимог регуляторних органів, та динаміки цін на ринку. Науково-обгрунтовані стратегії маркетингу та продажів, базовані на глибокому аналізі даних, дозволяють підприємствам вчасно адаптуватися до змінних умов ринку.

Розвиток Людських Ресурсів

Людські ресурси і корпоративна культура також відіграють важливу роль. Дослідження в цій області фокусуються на розвитку професійних навичок співробітників, оптимізації організаційних структур, та формуванні корпоративних цінностей, які сприяють інноваціям та продуктивності.

У цілому, управління підприємствами з переробки олійних культур вимагає інтегрованого наукового підходу, який об’єднує технологічні, економічні, екологічні та соціальні дослідження для формування голістичних стратегій, здатних забезпечити довгострокову конкурентоспроможність в динамічному бізнес-середовищі.

Підприємства, що зосереджені на переробці олійних культур, неминуче мають розглядати складний ансамбль змінних, які впливають на їхню операційну ефективність, конкурентоспроможність та стійкість до зовнішніх та внутрішніх викликів.

Технологічний Прогрес і Дослідження

Технологічний прогрес має фундаментальне значення. Зростання володіння та використання новітніх технологій, таких як Штучний Інтелект,

Інтернет Речей та Блокчейн, може сприяти автоматизації виробничих процесів, відстеженню та забезпеченню якості продукції, а також оптимізації логістики.

Енергетична Ефективність

Збільшення енергетичної ефективності стає життєво важливим. Це включає розробку та впровадження енергозберігаючих технологій, використання альтернативних джерел енергії та зниження викидів CO2, що відповідає глобальним екологічним стандартам та політикам.

Регулятивне Середовище

Зміни в регулятивному середовищі також вимагають постійної уваги. Підприємства повинні адаптуватися до еволюцію законодавчих норм, нормативів безпеки продукції та екологічних регуляцій, що вимагає гнучкості в управлінських процесах та стратегічному плануванні.

Глобалізація

Глобалізація ринків привертає увагу до необхідності розширення міжнародної присутності, адаптації продукції до різних ринків та культур, а також оптимізації логістики та ланцюгів постачання на глобальному рівні.

Соціальна Стійкість

Соціальна стійкість та корпоративна соціальна відповідальність відіграють ключову роль в репутації та бренді підприємства. Інвестиції в спільноту, забезпечення сталого розвитку, та прозорість в управлінні сприяють позитивному іміджу компанії.

Інтегровані Системи Управління

Інтегровані системи управління, які об’єднують в собі елементи фінансового аналізу, оперативного управління, стратегічного планування та моніторингу якості, стають нормою для підприємств, що прагнуть оптимізувати свою діяльність.

Інноваційні рішення в області переробки олійних культур забезпечують можливість для підприємств збільшити їх конкурентоспроможність, адаптовуватися до швидко змінюваних ринкових умов, відповідати строгим

екологічним та якісним стандартам, та ефективно управляти ресурсами в контексті глобальної економіки.

Для аграрних виробників та переробників олійних культур важливо розробити ефективні стратегії, які відповідали б особливостям їхньої діяльності та ринковим умовам. Типологія стратегій для обох категорій підприємств може бути розглянута як нижче:

Аграрні Виробники:

Стратегія Диференціації:

Фокус на виробництво унікальних сортів олійних культур.

Впровадження інноваційних агротехнологій.

Розвиток екологічно чистих методів вирощування.

Стратегія Лідерства у Вартості:

Максимізація ефективності та продуктивності.

Зниження виробничих витрат.

Масштабування виробництва для зниження витрат на одиницю продукції.

Фокусна Стратегія:

Спеціалізація на конкретних нішах ринку.

Адаптація продукції під специфічні потреби цільової аудиторії.

Стратегія Сталого Розвитку:

Впровадження принципів сталого розвитку в аграрну практику.

Розвиток біорізноманіття та збалансоване використання ресурсів.

Переробні Підприємства:

Стратегія Інновацій:

Розробка новітніх технологій переробки.

Впровадження автоматизації та цифровізації процесів.

Розвиток нових продуктів і похідних.

Стратегія Глобалізації:

Розширення на міжнародні ринки.

Адаптація продукції до міжнародних стандартів та вимог.

Розвиток міжнародних ланцюгів постачання.

Стратегія Вертикальної Інтеграції:

Інтеграція виробничих ланцюгів, від сировини до кінцевого продукту.

Контроль якості на кожному етапі виробництва.

Оптимізація внутрішніх процесів та логістики.

Екологічна Стратегія:

Зменшення екологічного впливу виробничих процесів.

Використання зелених технологій.

Розробка екологічно безпечних продуктів.

Кожна з цих стратегій має свої переваги та можливі ризики, тому вибір конкретної стратегії повинен бути заснований на глибокому аналізі внутрішньої та зовнішньої ситуації підприємства, його ресурсних можливостей, ринкової динаміки та стратегічних пріоритетів.

Стратегії Розвитку

Аграрні Виробники:

Інтенсифікація Виробництва:

Підвищення виробничої потужності через впровадження новітніх технологій та методів обробки поля.

Використання генетично модифікованих організмів для підвищення врожайності.

Розширення Ринків:

Пошук нових ринків збуту та експортних можливостей.

Адаптація продукції до вимог різних регіонів і країн.

Переробні Підприємства:

Інноваційний Розвиток:

Розробка нових методів переробки для покращення якості та вартості продукції.

Інвестиції в науково-дослідницьку діяльність та розвиток.

Вертикальна Інтеграція:

Контроль над усіма етапами виробництва, від сировини до кінцевого продукту.

Забезпечення стабільності постачання та якості.

Стратегії Адаптації

Аграрні Виробники:

Екологічна Адаптація:

Перехід до органічного землеробства та впровадження екологічно стійких технологій.

Адаптація до змін клімату та забезпечення біорізноманіття.

Регулятивна Адаптація:

Відповідність новим законодавчим нормам та стандартам.

Створення механізмів відгуку на політичні та регулятивні зміни.

Переробні Підприємства:

Технологічна Адаптація:

Адаптація до швидко змінюючихся технологічних тенденцій.

Оновлення виробничих ліній та процесів з метою підвищення ефективності.

Ринкова Адаптація:

Підгонка продуктів та послуг під змінні потреби споживачів.

Розробка гнучких маркетингових стратегій для відгуку на ринкові зміни.

Аналіз та Імплементація

Обрана стратегія, будь то розвитку або адаптації, повинна проходити регулярний аналіз її ефективності. Вона також повинна бути достатньо гнучкою, щоб дозволити підприємству швидко реагувати на внутрішні та зовнішні виклики.

Імплементація цих стратегій вимагає віддачі ресурсів, як фінансових, так і людських, а також створення механізмів моніторингу та оцінки для постійного вдосконалення і оптимізації ділових процесів та результативності.

Стратегії розвитку і стратегії адаптації відрізняються за своїми основними цілями, фокусами та використанням ресурсів. Ось декілька ключових аспектів, які допомагають зрозуміти ці відмінності.

Стратегії Розвитку

Ціль:

Основна мета стратегій розвитку полягає в розширенні бізнесу, підвищенні прибутковості та збільшенні ринкової частки.

Фокус:

Стратегії розвитку зосереджені на інноваціях, розширенні продуктових ліній або вході на нові ринки.

Ресурси:

Часто вимагають значних інвестицій в технології, наукові дослідження, маркетинг та розширення виробничих потужностей.

Ризики:

Збільшення ризиків, адже розвиток часто включає в себе введення нових ідей або вхід на невідомі ринки.

Часовий Горизонт:

Зазвичай мають довгостроковий характер та орієнтовані на майбутні досягнення і зростання.

Стратегії Адаптації

Ціль:

Стратегії адаптації спрямовані на пристосування підприємства до змінних умов середовища, зокрема ринкових, технологічних, регулятивних тощо.

Фокус:

Вони зосереджені на оптимізації поточних операцій, зменшенні ризиків і вдосконаленні ефективності в уже існуючих ринкових умовах.

Ресурси:

Часто спрямовані на реалокацію або ефективне використання наявних ресурсів, замість значних капіталовкладень.

Ризики:

Тенденція до зменшення ризиків, оскільки фокус лежить на адаптації до відомих викликів та змін.

Часовий Горизонт:

Зазвичай короткострокові або середньострокові, оскільки вони реагують на поточні або антициповані зміни у бізнес-середовищі.

Отже, стратегії розвитку відзначаються акцентом на рост, інновації та експансію, вимагають значних інвестицій та мають довгостроковий горизонт планування. З іншого боку, стратегії адаптації сконцентровані на навігації в поточному бізнес-ландшафті, пристосуванні до змін та забезпеченні стійкості організації в коротко- та середньостроковій перспективі.

Розширене розуміння стратегій розвитку та адаптації можна вивчити, розглядаючи їх в контексті більш широких та конкретних сценаріїв застосування, які включають стратегічне планування, виконання, моніторинг і оцінку.

Стратегії Розвитку

Технологічний Розвиток:

Інновації: Розробка патентів, інноваційних продуктів та вдосконалення технічних процесів.

Партнерства: Співпраця з технологічними компаніями та науково-дослідними інститутами.

Географічна Експансія:

Експорт: Розширення в глобальні ринки, адаптація продукції до міжнародних стандартів.

Локалізація: Встановлення місцевих виробництв, адаптація до регіональних ринків.

Розширення Асортименту:

Диверсифікація: Введення нових категорій продуктів або вхід в нові сегменти ринку.

Вдосконалення: Оновлення існуючих продуктів, покращення якості.

Стратегії Адаптації

Операційна Адаптація:

Оптимізація: Покращення ефективності операцій, зменшення витрат.

Автоматизація: Впровадження технологічних рішень для автоматизації рутинних процесів.

Маркетингова Адаптація:

Сегментація: Перегляд та адаптація маркетингових стратегій для специфічних сегментів ринку.

Комунікація: Розробка нових каналів комунікації та взаємодії з клієнтами.

Стратегічна Адаптація:

Гнучкість: Розробка гнучких бізнес-моделей, які можна легко адаптувати до змінних умов.

Ризиковий Менеджмент: Удосконалення систем управління ризиками для відповіді на непередбачені виклики.

Інтеграція Стратегій

І хоча стратегії розвитку та адаптації можуть здаватися різними, найуспішніші підприємства часто їх інтегрують.

Гармонізація:

Баланс між інноваціями та адаптивністю, щоб забезпечити стійкість та зростання.

Поєднання внутрішньої оптимізації і зовнішнього розширення.

Оцінка та Перегляд:

Регулярна оцінка виконання стратегій, адаптація під змінювані умови.

Використання даних та аналітики для інформованого прийняття рішень.

Сталий Розвиток:

Відстеження екологічних, соціальних та корпоративних аспектів діяльності підприємства.

Забезпечення, що розвиток є балансованим та відповідальним.

Отже, обрана синтезована стратегія повинна бути динамічною, здатною адаптуватися до швидко змінюваних умов ринку та гарантувати сталість та розвиток підприємства у довгостроковій перспективі.

3.2. Механізми вертикальної та горизонтальної агропромислової інтеграції підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур

Вертикальна та горизонтальна інтеграція є ключовими стратегіями для збільшення ефективності та конкурентоздатності підприємств, зокрема в агропромисловому секторі.

Вертикальна інтеграція

Вертикальна інтеграція означає об'єднання підприємств, що займаються різними стадіями виробництва, переробки та маркетингу продукції олійних культур. Механізми вертикальної інтеграції:

Злиття та поглинання: Підприємства можуть злитися або поглинути інші компанії, щоб розширити свої операції.

Контрактне фермерство: Більші підприємства можуть укладати контракти з маленькими фермерами для вирощування олійних культур.

Інвестиції в постачання та дистрибуцію: Підприємства інвестують у постачальників сировини або дистриб’юторів для забезпечення надійного і ефективного ланцюга постачання.

Розвиток власних ланцюгів постачання: Підприємства можуть розвивати власні ферми, заводи з переробки та дистрибуційні мережі.

Горизонтальна інтеграція

Горизонтальна інтеграція включає об'єднання підприємств, що займаються схожими або ідентичними видами діяльності. Механізми горизонтальної інтеграції:

Злиття компаній: Підприємства, що займаються виробництвом або переробкою олійних культур, можуть злитися для збільшення масштабу виробництва.

Спільні підприємства: Компанії можуть формувати спільні підприємства для спільного виробництва, переробки або маркетингу продукції.

Ліцензування та франчайзинг: Підприємства можуть надавати ліцензії або франшизи для виробництва та реалізації продукції під своєю торговою маркою.

Об'єднання ресурсів: Компанії, що займаються схожою діяльністю, можуть об'єднати свої ресурси для збільшення ефективності та зменшення витрат.

Технологічна інтеграція

Також, технологічна інтеграція може бути ключовим фактором для оптимізації виробничого процесу, як для вертикально, так і для горизонтально інтегрованих підприємств. Впровадження новітніх технологій може допомогти в автоматизації, управлінні даними, трасуванні продукції та забезпеченні якості.

Кожен тип інтеграції має свої переваги та недоліки, тому вибір між ними залежить від конкретних цілей, ресурсів та ринкового середовища підприємства.

Інтеграційні інструменти спрямовані на підвищення ефективності виробництва сировини для промислової переробки в олійно-жировому підкомплексі можуть бути різноманітні. Декілька прикладів таких інструментів:

Технологічні Інновації

Впровадження новітніх технологій: Оновлення обладнання та технологій на підприємствах для підвищення продуктивності та ефективності.

Покращення методів вирощування: Вдосконалення агрономічних практик, використання генетично модифікованих організмів, покращена логістика.

Організаційна Інтеграція

Вертикальна інтеграція: Підприємства можуть інтегруватися, об'єднавши різні стадії виробничого процесу.

Горизонтальна інтеграція: Об'єднання підприємств, що виробляють схожу продукцію для зменшення конкуренції та збільшення ринкової частки.

Людські Ресурси

Навчання персоналу: Розвиток навичок та компетенцій працівників для підвищення якості роботи.

Залучення експертів: Найм кваліфікованих спеціалістів для впровадження найкращих практик в виробництво.

Фінансові Інструменти

Інвестиції: Залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій для модернізації виробничого процесу.

Оптимізація витрат: Ревізія та оптимізація витрат для підвищення фінансової ефективності.

Екологічні Ініціативи

Стале виробництво: Впровадження екологічно чистих та сталих методів виробництва.

Сертифікація: Отримання екологічних сертифікатів може збільшити довіру споживачів та партнерів.

Контрактні Угоди

Довгострокові контракти: Укладання довгострокових контрактів з постачальниками та покупцями для забезпечення стабільного ринку збуту.

Флексибільні угоди: Розвиток гнучких угод, що дозволяють адаптуватися до змінних ринкових умов.

Комбінація цих інтеграційних інструментів може допомогти підприємствам в олійно-жировому підкомплексі підвищити ефективність

виробництва сировини, забезпечити якість продукції та зміцнити позиції на ринку.

Практика побудови інтеграційних об'єднань в олійно-жировому підкомплексі включає в себе ряд стратегій і дій, спрямованих на оптимізацію виробничих, переробних та дистрибуційних процесів. Ось декілька прикладів таких практик:

1. Вертикальна Інтеграція

Підходи

Внутрішня розбудова: Розвиток власних ресурсів на всіх етапах виробництва, від посіву до переробки і реалізації.

Злиття та поглинання: Купівля або об’єднання з іншими компаніями для швидшого росту та розширення діяльності.

Переваги

Контроль над усім ланцюгом постачання.

Зменшення витрат та збільшення ефективності.

Можливість швидко адаптуватися до ринкових змін.

2. Горизонтальна Інтеграція

Підходи

Спільні підприємства: Створення альянсів з іншими виробниками для спільного виробництва чи реалізації.

Франчайзинг і ліцензування: Розширення бренду та технологій через партнерські відносини.

Переваги

Розширення ринкової частки та доступу до нових ринків.

Обмін технологіями та знаннями.

3. Спільні Проекти і Партнерства

Підходи

Інноваційні партнерства: Співпраця з науковими інститутами або стартапами для розвитку нових технологій.

Глобальні альянси: Створення партнерств з міжнародними компаніями для глобального розширення.

Переваги

Доступ до нових технологій та інновацій.

Розширення географічного охоплення.

4. Технологічна Інтеграція

Підходи

Автоматизація процесів: Впровадження автоматизованих систем для підвищення продуктивності.

Цифрова трансформація: Використання цифрових технологій для оптимізації управління та операцій.

Переваги

Зменшення помилок та витрат.

Підвищення ефективності та гнучкості виробництва.

5. Екологічна та Соціальна Інтеграція

Підходи

Сталість: Впровадження практик сталого розвитку в усіх аспектах діяльності.

Корпоративна соціальна відповідальність: Розвиток програм, спрямованих на підтримку спільнот та навколишнього середовища.

Переваги

Покращення корпоративного іміджу.

Збільшення довіри споживачів.

Інтеграційні об'єднання дозволяють компаніям в олійно-жировому підкомплексі оптимізувати виробничі процеси, підвищити конкурентоспроможність, розширити ринкову присутність, і, врешті-решт, забезпечити стале та ефективне виробництво.

Ідентифікація сировинних зон переробних підприємств в олійно-жировому підкомплексі вимагає систематичного аналізу. Ви маєте врахувати

ряд факторів для визначення оптимальних регіонів постачання сировини. Ось декілька ключових кроків для цього процесу:

1. Аналіз Місцевих Умов

Кліматичні Умови: Аналіз кліматичних умов регіону для вирощування олійних культур.

Ґрунт: Вивчення якості ґрунту та його придатності для конкретних культур.

2. Агрономічний Потенціал

Врожайність: Вивчення потенціалу врожайності олійних культур в різних регіонах.

Технології Вирощування: Доступність сучасних технологій та методів вирощування.

3. Логістика

Транспортні Засоби: Аналіз транспортної інфраструктури та логістичних маршрутів.

Зберігання: Наявність засобів для зберігання та консервації сировини.

4. Ринкові Умови

Попит і Постачання: Вивчення динаміки попиту і постачання на місцевому ринку.

Ціноутворення: Аналіз цін на сировину і готову продукцію.

5. Регуляторні Умови

Законодавство: Розуміння місцевих законів та регуляцій, що впливають на виробництво і переробку.

Стандарти Якості: Наявність стандартів якості та сертифікацій.

6. Економічні Фактори

Вартість Виробництва: Аналіз вартості виробництва сировини в регіоні.

Інвестиційний Клімат: Оцінка потенціалу інвестицій та доступності фінансових ресурсів.

7. Соціально-Економічні Характеристики

Робоча Сила: Доступність кваліфікованої робочої сили.

Соціальні Умови: Оцінка соціальних умов та якості життя місцевого населення.

8. Екологічні Фактори

Сталий Розвиток: Впровадження практик сталого розвитку та екологічної безпеки.

Екологічні Ризики: Оцінка екологічних ризиків та впливу на навколишнє середовище.

Кожен з цих кроків вимагає детального аналізу та оцінки. Використання Геоінформаційних систем (GIS), супутникових даних, а також даних масового збору може бути корисним для візуалізації та аналізу сировинних зон і їх потенціалу для переробних підприємств в олійно-жировому підкомплексі.

3.3. Стратегії підвищення рівня економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту

Розвиток внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції призводить до змін у системі розподілу цієї продукції. Прийняття управлінських рішень щодо вибору каналів розподілу продукції визначається кількома факторами. Перший фактор - це ефективність комерційної діяльності, тобто як ефективно продукція може бути розпродана на ринку. Другий фактор - це можливості використання комерційних переваг, які надає постачальник. Третій фактор - це суб'єктивні фактори, які впливають на рішення керівників підприємств у сфері комерційної діяльності.

Слабкою ланкою в системі функціонування сільськогосподарських підприємств є організація збуту продукції. Ця проблема призводить до неповного задоволення попиту, збільшення ризиків і втрат продукції та доходів для сільськогосподарських виробників. Ефективність системи збуту в

аграрному секторі є важливою, оскільки вона впливає на успішність сільськогосподарських підприємств.

Інвестиції в збутову діяльність залишаються низькими, навіть на фоні світового досвіду, який показує, що система збуту повинна розвиватися нарівні з виробництвом продукції. Однак служба збуту має велике значення для спрямованості виробництва на попит споживачів, роботи на ринку для підтримки попиту та організації ефективних каналів розподілу. Збутова діяльність включає в себе планування обсягу продажів, пошук найкращих покупців, проведення торгів, встановлення цін та активне використання факторів, що підвищують прибуток.

Для забезпечення ефективності збутової діяльності аграрних підприємств важливо використовувати маркетинг як інтегруючий фактор, який відіграє ключову роль у процесі виробництва, збуту та споживання продукції. Інвестиції в розвиток маркетингової політики допомагають підприємствам працювати більш ефективно на ринку та досягати успіху.

Розглянемо докладніше фактори, які визначають прийняття управлінських рішень щодо вибору каналів розподілу продукції в аграрному секторі.

1. Параметри ефективності збуту:

Ефективність реалізації продукції: Важливо визначити, як кожен канал впливає на успішність реалізації продукції. Це включає в себе рівень прибутку, обсяги продажів, терміни реалізації та інші фактори.

Вартість збуту: Вибір каналу також повинен враховувати витрати на збут продукції через кожен конкретний канал. Це може включати витрати на рекламу, транспортування, зберігання та інші.

Ризики: Різні канали можуть мати свої ризики. Важливо оцінити, наскільки кожен канал піддає під загрозу втрати або невдалі ситуації, такі як зміни в попиті, природні катастрофи тощо.

2. Можливості використання комерційних переваг постачальника:

Умови співпраці: Взаємовідносини з постачальниками можуть включати різні умови. Наприклад, деякі постачальники можуть надавати знижки, пріоритетну доставку або інші переваги конкретному каналу розподілу.

Доступ до ресурсів: Постачальники можуть мати унікальні ресурси або продукцію, які можуть бути вигідними для конкретного каналу розподілу. Важливо враховувати ці можливості.

3. Суб'єктивні фактори:

Стратегічні цілі: Управлінці підприємства можуть мати свої стратегічні цілі, які впливають на вибір каналу розподілу. Наприклад, якщо одна з цілей - розширення ринку або збільшення прибутку, то це може вплинути на вибір каналу.

Особисті переваги та досвід: Досвід керівництва та їх особисті переваги можуть впливати на вибір каналу розподілу. Наприклад, якщо управлінці мають досвід роботи з певними каналами або вони вірять у важливість певного підходу, це може визначити їхні рішення.

Загалом, вибір каналу розподілу продукції в аграрному секторі є складним завданням, що вимагає уважного аналізу і врахування різноманітних факторів. Вирішення цього питання може значно вплинути на успішність сільськогосподарського підприємства та його прибутковість.

У зв'язку із занепадом галузей тваринництва спостерігається скорочення попиту на фуражне зерно. Однак на світовому рівні виявляється, що виробники отримують найбільший прибуток, коли реалізують не сировину, а вже готові продукти споживання після переробки сировини. Це спостерігається у високорозвинених країнах, де промисловість здійснює комплексну переробку сільськогосподарської сировини та виготовляє кінцеві товари. Цей підхід не стосується лише великих компаній, але і індивідуальних виробників, таких як фермерські господарства. Тому важливо створювати умови для глибокої переробки сільськогосподарської сировини, зокрема зерна, з метою збільшення виробництва продукції тваринництва та реалізації готових виробів на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Маркетинг відіграє важливу роль у раціональній організації збуту сільськогосподарської продукції. Дослідження впливу маркетингових факторів на збільшення обсягів продажу базується на системному підході та використанні різних методів, включаючи математичне програмування, статистичний аналіз і врахування невизначеності і неоднозначності вихідних даних. Важливим інструментом для проведення маркетингових досліджень є автоматизована система моніторингу і оптимізації ринків різних видів сільськогосподарської продукції.

Ефективність організації збуту є однією з ключових передумов економічного успіху сільського господарства і залежить від обраного напрямку реалізації продукції. За останні роки спостерігається значне зменшення реалізації основних видів продукції на переробні підприємства, таких як зерно, картопля, олійні культури, худоба та птиця. Більшість товаропотоків в цих галузях контролюють посередники і трейдери, що призводить до концентрації прибутку в їхніх руках і негативно впливає на фінансовий стан сільськогосподарських підприємств. Однак, є види продукції, такі як цукрові буряки, молоко і молочні продукти, які майже повністю реалізуються самими виробниками на переробні підприємства.

Організація збуту сільськогосподарської продукції вимагає адаптації до змін на ринку та аналізу витрат на транспортування, обслуговування, зберігання та інші аспекти. Зокрема, необхідно акцентувати увагу на дослідженні ринку, розвитку складської і логістичної інфраструктури та оптимізації системи збуту. Маркетинг в агропромисловому секторі виступає як важлива функція управління, спрямована на підвищення ефективності збуту продукції та задоволення потреб різних зацікавлених сторін, таких як споживачі, товаровиробники та держава.

У зв'язку зі спадом у галузях тваринництва виникає ситуація, коли потреба у фуражному зерні зменшується. Але на основі світового досвіду видно, що найбільший прибуток можливий тоді, коли не продається сировина, а готові продукти споживання, отримані в результаті переробки сировини. Ця

тенденція спостерігається у високорозвинених країнах, де існують комплекси для переробки сільськогосподарської продукції та виготовлення готових товарів. Цей підхід стосується не лише великих компаній, але й індивідуальних виробників, включаючи фермерські господарства. Отже, важливо створити умови для глибокої переробки сільськогосподарської сировини, такої як зерно, для збільшення виробництва тваринницької продукції і реалізації готових продуктів на внутрішніх і зовнішніх ринках.

Маркетинг грає важливу роль у раціональному організації збуту сільськогосподарської продукції. Дослідження впливу маркетингових чинників на збільшення обсягів продажу базується на системному підході і використанні різних методів, включаючи математичне програмування, статистичний аналіз і врахування невизначеності і неоднозначності вихідних даних. Основним інструментом для проведення маркетингових досліджень є автоматизована система моніторингу і оптимізації ринків для різних видів сільськогосподарської продукції.

Ефективність організації збуту є однією з ключових передумов успішності сільського господарства і залежить від обраного напрямку реалізації продукції. Останнім часом спостерігається зменшення реалізації основних видів продукції на переробні підприємства, такі як зерно, картопля, олійні культури, худоба та птиця. Більшість обсягів продукції цих галузей контролюють посередники і трейдери, що призводить до концентрації прибутку в їхніх руках і негативно впливає на фінансовий стан сільськогосподарських підприємств. Однак, існують види продукції, такі як цукрові буряки, молоко і молочні продукти, які майже повністю реалізуються самими виробниками на переробні підприємства.

Організація збуту сільськогосподарської продукції потребує адаптації до змін на ринку та аналізу витрат на транспортування, обслуговування, зберігання та інших аспектів. Наприклад, важливо проводити дослідження ринку, розвивати складську і логістичну інфраструктуру та оптимізувати систему збуту. Маркетинг у сільському господарстві є ключовою функцією,

спрямованою на підвищення ефективності продажу продукції і задоволення потреб споживачів, виробників і держави.

Ефективність організації збуту сільськогосподарської продукції є однією з ключових умов для досягнення економічного успіху у сільському господарстві і значно залежить від того, яким чином ця продукція реалізується на ринку. Протягом реформаційного періоду спостерігалося важливе зменшення обсягів продажу основних видів продукції сільськогосподарства до переробних підприємств. Наприклад, обсяг продажу зерна скоротився з 57,1% у 1990 році до 4,9% у 2015 році, картоплі - відповідно з 91,5% до 32,5%, олійних культур - з 99,8% до 6,2%, а худоби та птиці - з 95,8% до 63,0%. Основною особливістю продажу сільськогосподарської продукції протягом цього періоду є те, що значну частину її реалізації здійснюють інші канали, переважно через посередників. Ця тенденція особливо стосується зернових культур, олійних рослин і овочів. У 2015 році зерно продавалось через інших каналів на 87,5%, олійні культури - на 93,2%, овочі - на 96,1%, і яйця - на 93,3%. Посередники та трейдери контролюють більшу частину ринку, що веде до концентрації прибутку у їхніх руках, що має негативний вплив на фінансовий стан сільськогосподарських підприємств. Однак, цукрові буряки, молоко та молочні продукти залишаються основними продуктами, які майже повністю реалізуються самих виробниками на переробні підприємства, складаючи понад 95% загального обсягу.

Діяльність збуту в сільському господарстві потребує адаптації до змін у конкурентному середовищі. При виборі каналу збуту важливо розглядати витрати на транспортування, торговельне обслуговування, стимулювання продажів та зберігання. Але деякі сільськогосподарські підприємства практично не проводять такий аналіз. Особливості сільськогосподарської продукції вимагають специфічного підходу до розподілу, включаючи ретельне вивчення ринку, створення ефективної системи зберігання і оптимізацію логістичних процесів.

Маркетинг у сільському господарстві, включаючи аграрний маркетинг, є важливою складовою для підвищення ефективності збуту сільськогосподарської продукції та задоволення потреб різних сторін, таких як споживачі, виробники та держава. Маркетинг у сільському господарстві визнається як інструмент для регулювання ринку та забезпечення ефективного обміну продукцією від сільського виробника до кінцевого споживача.

Управління маркетинговою діяльністю в аграрному секторі спрямоване на забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, враховуючи закономірності функціонування і розвитку ринку сільськогосподарської продукції. В цій системі управління маркетингом на підприємстві виділяють три рівні:

1. Апарат управління підприємством: Він відповідає за загальне керівництво підприємством і приймає стратегічні рішення щодо маркетингової діяльності.

2. Апарат управління службою маркетингу: Цей рівень включає спеціалізовану службу маркетингу, яка займається плануванням і координацією маркетингових заходів на підприємстві.

3. Структурні підрозділи служби маркетингу: Ці підрозділи мають свої конкретні завдання і функції в рамках маркетингової діяльності підприємства.

Маркетингова орієнтація вимагає значних змін в організаційній структурі підприємства і покладає великі вимоги до професійного рівня працівників. Управління маркетингом повинно бути системним і комплексним, дотримуючись основних принципів маркетингу.

Принципи маркетингу повинні стати основними управлінськими засадами. Сучасна концепція маркетингу передбачає, що діяльність підприємства повинна базуватися на інформації про попит споживачів і його змінах в найближчій перспективі. Головними принципами маркетингу є два взаємодоповнюючі підходи. З одного боку, це вивчення ринку, аналіз потреб і запитів споживачів, орієнтація виробництва на їхні потреби, і поставка

продукції, яка відповідає цим потребам. З іншого боку, це активний вплив на ринок і попит, створення цих потреб і запитів.

Аграрним підприємствам доводиться стикатися з численними економічними проблемами у сфері збуту, зокрема:

1. Відсутність інформації про ринки: Вони можуть не мати достатньої інформації про ринки, на яких вони працюють.

2. Низькі реалізаційні ціни та низький споживчий попит: Це може вести до низьких цін на їхню продукцію та невеликого попиту на неї.

3. Нездатність організувати виробничий процес у часі: Важливо забезпечити, щоб виробництво відповідало потребам ринку.

4. Обмежена конкурентоспроможність на ринку: Це може обмежувати їхню здатність конкурувати з іншими учасниками ринку.

5. Недостатній досвід у галузі кооперативів: Брак досвіду може перешкоджати створенню спільних підприємств і співпраці з іншими гравцями.

6. Недостатнє розуміння систем планування бізнесу та маркетингу: Це може заважати ефективному плануванню та виконанню маркетингових стратегій.

7. Відсутність упевненості в точному виконанні угод: Це може призвести до проблем у встановленні довгострокових стосунків із клієнтами.

8. Відсутність ефективно організованих оптових ринків і біржової торгівлі: Це може ускладнювати продаж продукції.

9. Обмежений доступ до конкурентних пропозицій постачання продукції та недостатньо розвинена інфраструктура: Це може ускладнювати взаємодію з постачальниками та іншими гравцями на ринку.

Ці проблеми можуть впливати на ефективність збутової діяльності аграрних підприємств і вимагати комплексних заходів для їх вирішення.

Основні цілі функціонування агропромислових підприємств повинні бути спрямовані на виконання комплексу маркетингових функцій. Ці функції включають наступне:

- Орієнтація на ринок збуту: Вона передбачає необхідність вивчення різних аспектів ринку, таких як споживачі, конкуренти, стан ринкової кон'юнктури та товарів.

- Вплив на ринок через моніторинг і аналіз: Маркетингова діяльність включає в себе постійне спостереження і аналіз ринку для адаптації до змінних ринкових умов.

- Організація системи збуту: Маркетингові виробники повинні створити ефективну систему збуту для своєї конкурентоспроможної продукції, а також для збору і обробки інформації.

- Орієнтація на досягнення довгострокового комерційного успіху: Маркетингові стратегії повинні бути спрямовані на досягнення стабільних переваг на ринку, враховуючи довгострокові цілі і стратегії управління.

Маркетинг, як важлива частина системи менеджменту, дозволяє підприємствам ефективно пристосовувати своє виробництво до зовнішнього середовища та потреб споживачів. Для успішного використання маркетингу як інструменту досягнення конкурентної переваги, необхідно освоїти його методологію і застосовувати її творчо в конкретних ситуаціях.

Управлінські рішення в галузі маркетингу стали ключовими складовими управлінської діяльності сьогодні. Вони значно впливають на функціонування аграрних підприємств, тому потрібно розглядати можливі шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю. Одним із важливих елементів цієї системи є служба маркетингу на самому підприємстві.

Більшість аграрних підприємств мають організаційну структуру, яка не відповідає принципам маркетингу. Це проявляється в складності внутрішньої взаємодії між різними службами і структурними підрозділами, обмеженому використанні маркетингових інструментів для аналізу ринку та неефективному управлінні. Впровадження маркетингово-орієнтованої організаційної структури на аграрних підприємствах дозволяє оптимізувати взаємодію між службами та підрозділами, уникати дублювання функцій і

конфліктів між ними, а також використовувати маркетингові інструменти для аналізу ринку.

На сьогоднішній день аграрні підприємства стикаються з рядом проблем у сфері збуту своєї продукції, контролю над ринком та реалізацією товарів за низькими цінами, що стоять нижче ринкових. Окрім того, часто відсутні спеціалізовані працівники, які б мали відповідні навички у сфері маркетингу. Тому важливим кроком є створення маркетингово-орієнтованої організаційної структури, яка вимагає високого рівня професіоналізму від працівників-маркетологів.

Важливою частиною цієї організаційної структури є служба маркетингу, яка відіграє ключову роль у зборі ринкової інформації, аналізі ринку, визначенні обсягів та термінів постачання продукції, виявленні потреб споживачів, виборі каналів збуту та багато іншого. Важливим етапом при створенні служби маркетингу є побудова і вдосконалення структури управління маркетингом, підбір кваліфікованих фахівців, розподіл завдань та відповідальностей, створення умов для ефективної роботи персоналу і забезпечення ефективної взаємодії з іншими службами.

Організація маркетингу на підприємстві також передбачає проведення маркетингових досліджень та аналітичну роботу, оскільки інформація про ринок є ключовою для успішного управління. Ефективність такої системи залежить від інформаційного забезпечення, включаючи збір, аналіз та використання ринкової інформації.

Для забезпечення підприємств достовірною маркетинговою інформацією, рекомендується створити єдину систему управління маркетинговою інформацією на рівні державного управління. Ця система повинна охоплювати регіони та різні галузі економіки, включати процеси збору, збереження та накопичення маркетингової інформації в єдиному банку даних, а також методи її надання підприємствам. Особлива увага має бути приділена управлінню взаємовідносинами з клієнтами (CRM), оскільки цей підхід є вартісно-ефективним.

На сучасному етапі розвитку аграрних підприємств, маркетингова діяльність залишається малорозповсюдженою. Це пов'язано з відсутністю кваліфікованих маркетологів, відсутністю єдиного інформаційного простору, недостатнім розвитком консалтингових послуг і інфраструктури маркетингу, а також нестабільністю в економіці. Для активізації маркетингу на аграрних підприємствах, рекомендується організувати відділи за двома напрямами: виробничим і обслуговуючим, де відділ маркетингу буде забезпечувати умови для нормальної роботи інших підрозділів.

Створення відділів маркетингу на сільськогосподарських підприємствах може покращити їх конкурентоспроможність на ринку. Для підвищення ефективності такої системи слід внести положення про відділ маркетингу та посадові інструкції для фахівців, підвищити їх кваліфікацію та включити їх в автоматизовану систему бюджетування.

Малим та середнім сільськогосподарським виробникам рекомендується об'єднуватися у кооперативи для забезпечення ефективного оптового збуту і підвищення конкурентоспроможності. Також важливо використовувати передові технології та накопичувати досвід для підвищення якості і ефективності продукції та реалізації її на ринку.

У даному дослідженні розглянуто основні напрями розвитку маркетингово-збутової діяльності на аграрних підприємствах та відповідні стратегії, які базуються на гнучкому підході до управління маркетингом та збутом сільськогосподарської продукції.

Основні напрями розвитку включають:

1. **Укрупнення товарних партій**: Спроба підприємств укрупнити обсяги сільськогосподарської продукції для забезпечення конкурентних переваг. Це включає в себе не тільки виробництво, але й торговельно-закупівельну діяльність.

2. **Виробництво продукції обмеженого попиту**: Спроба створити та продавати продукцію з унікальними характеристиками, яка викликає попит та дозволяє отримувати високі ціни.

3. Виходження на зарубіжні ринки: Розширення ринків збуту шляхом виходу на міжнародні ринки та експорту продукції.

4. Розвиток органічного виробництва: Зосередження на виробництві та збуті органічної продукції, що відповідає сучасним тенденціям споживчого попиту на здорову та екологічно чисту їжу.

5. Використання сучасних маркетингових комунікацій: Активне використання сучасних інструментів, включаючи електронні засоби комунікації, для підвищення ефективності маркетингової діяльності.

6. Створення інтегрованих виробничо-збутових структур: Розгляд можливостей створення комплексних структур, які охоплюють усі етапи виробництва та збуту продукції.

У дослідженні також розглянуто основні елементи комплексу маркетингу, які включають товар, ціни, розподіл продукції та просування попиту. Для сільськогосподарських підприємств існують особливості та обмеження в застосуванні цих елементів в практиці маркетингу, які необхідно враховувати при розробці стратегій.

Загалом, дослідження вказує на важливість адаптивності та гнучкості в управлінні маркетингом та збутом продукції аграрних підприємств для досягнення конкурентних переваг і виживання на ринку.

У сфері товару на ринку сільськогосподарської продукції, а також його сировинного сегменту, спостерігається загалом статична політика. Ця статичність обумовлена різними факторами, як об'єктивними, так і суб'єктивними.

Серед об'єктивних факторів слід виділити:

1. Стабільність споживчих уподобань: Переважна частина споживачів залишається вірною тим ж продуктам, які вони споживають, що призводить до стабільності попиту на певні види сільськогосподарської продукції.

2. Стандартизація сировинних товарів: Велика частина сировини на ринку сільськогосподарської продукції має високий рівень стандартизації, що робить її менш схильною до змін.

3. Нееластичний попит: Попит на більшість сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів не реагує із зміною цін, що робить ринок менш чутливим до змін цінової політики.

Суб'єктивні фактори також впливають на статичність ринку:

1. Контроль над цінами: Фактично, цінова політика виробників сільськогосподарської продукції піддається контролю суб'єктами сфери обігу та фінансово-промисловими групами аграрної та продовольчої спеціалізації через нерівномірне розподіл капіталу.

2. Диктат цін: Існує факт цінового диктату, зокрема, на сільськогосподарських товаровиробників, через нерівномірну концентрацію капіталу в цій галузі, що вже було науково підтверджено.

Така ситуація призводить до обмежень у розвитку товарної політики, переважно виробників сільськогосподарської продукції на ринку. Зміни в ціновій політиці можливі лише при значному зростанні концентрації капіталу в галузі сільськогосподарського виробництва. Однак це є складним завданням через обмежену гнучкість виробництва сільськогосподарської сировини.

Розподіл продукції на цьому ринку також контролюється суб'єктами сфери обігу, що призводить до зміщення прибуткових центрів у сферу торгівлі сільськогосподарською сировиною та продуктами харчування. Це спричиняє викривлення цінового механізму на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції. Для забезпечення більшої гнучкості систем розподілу та політики розподілу товаровиробників потрібно розвивати інтеграційні зв'язки між суб'єктами сфери обігу та виробництва або значно збільшувати концентрацію виробництва, що є складним завданням.

Зазначена ситуація призводить до обмежень у розвитку товарної політики, переважно виробників сільськогосподарської продукції на ринку. Зміни в ціновій політиці можливі лише при значному зростанні концентрації капіталу в галузі сільськогосподарського виробництва, що є складним завданням через обмежену гнучкість виробництва сільськогосподарської сировини.

Розподіл продукції на цьому ринку також контролюється суб'єктами сфери обігу, що призводить до зміщення прибуткових центрів у сферу торгівлі сільськогосподарською сировиною та продуктами харчування. Це спричиняє викривлення цінового механізму на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції. Для забезпечення більшої гнучкості систем розподілу та політики розподілу товаровиробників потрібно розвивати інтеграційні зв'язки між суб'єктами сфери обігу та виробництва або значно збільшувати концентрацію виробництва, що є складним завданням.

У дослідженні вказано, що суб’єкти ринку сільськогосподарської продукції використовують різні інструменти маркетингу для створення конкурентних переваг, особливо в короткостроковому плані. Ці маркетингові заходи впливають на кон’юнктурні характеристики ринку сільськогосподарської продукції та можуть викликати ринкову дисбаланс.

Основна ідея полягає в тому, що ринкові механізми, включаючи маркетингові заходи, впливають на ринок і можуть змінювати його структуру та динаміку. Тобто маркетингові дії суб’єктів ринку можуть впливати на попит і пропозицію сільськогосподарської продукції, а це, в свою чергу, може призвести до змін у цінах і обсягах продажу на ринку.

Зазначено також, що існують деякі диспропорції в застосуванні маркетингових інструментів різними суб’єктами ринку, що може сприяти виникненню викривлень у ринковій динаміці та робити її вигідною для домінуючих груп суб’єктів.

Дослідження також визначило пріоритетні напрями розвитку маркетингово-збутової діяльності аграрних підприємств. Ці напрями включають створення конкурентних переваг через укрупнення товарних партій сільськогосподарської продукції, освоєння виробництва продукції обмеженого попиту з унікальними характеристиками та її реалізацію за високими цінами, виходу на зарубіжні ринки збуту, розвиток виробництва та реалізацію органічної продукції, використання сучасних маркетингових

комунікаційних засобів, створення інтегрованих виробничо-збутових структур.

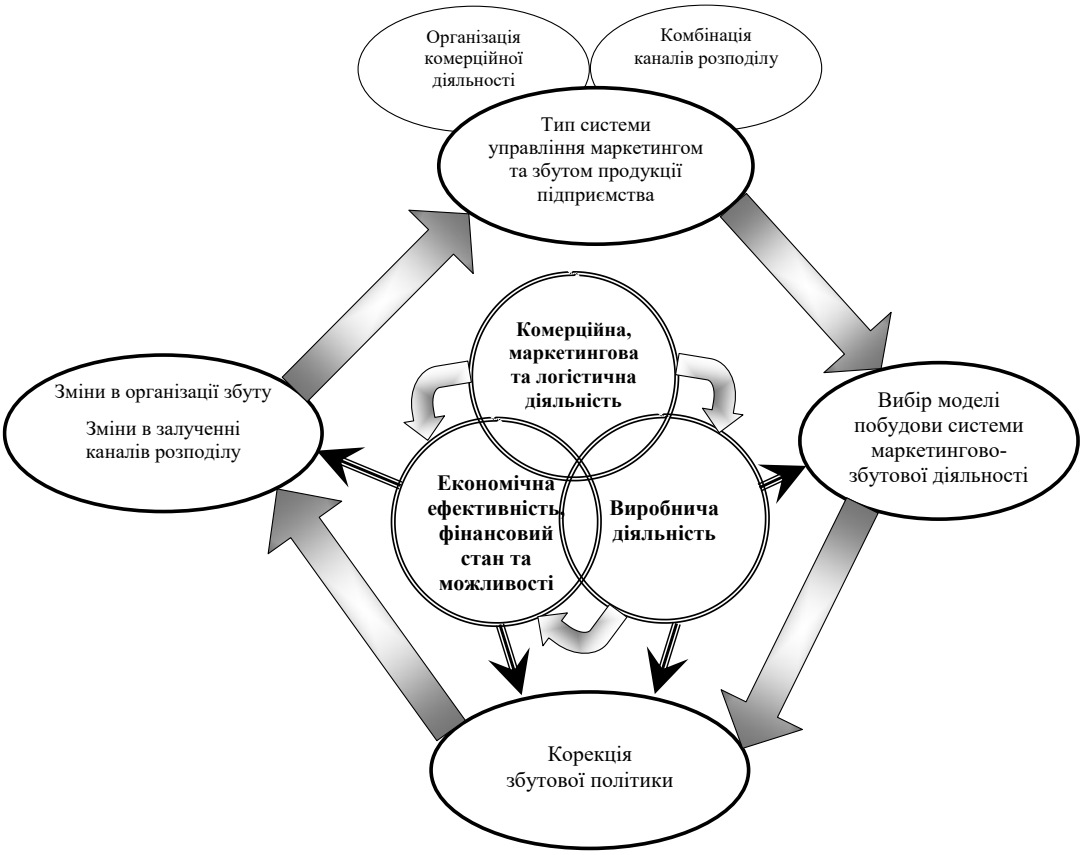


Рис. 3.1. Модель функціонування та трансформації системи стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю аграрного підприємства

Дослідження також вказує на важливість гнучкості та адаптивності систем управління маркетингом та збутом продукції аграрних підприємств, особливо в умовах змін у функціонуванні каналів ринкового розподілу продукції. Ці зміни можуть вплинути на питому вагу обсягів продукції, що реалізується через посередницькі мережі, і, отже, на ефективність маркетингово-збутової діяльності підприємств.

У дослідженні розроблена модель побудови системи управління маркетингово-збутовою діяльністю аграрних підприємств, яка враховує стратегічний напрям їх розвитку. Ця модель передбачає впровадження

управлінських заходів, спрямованих на виведення системи до статичного стану, і, таким чином, регулювання ринкової динаміки.

Загалом, дослідження вказує на важливість маркетингових стратегій та інструментів у підтримці та розвитку аграрних підприємств на ринку сільськогосподарської продукції, а також на необхідність гнучкості та адаптивності в управлінні цими процесами для досягнення успіху.

Запропонована схема взаємодії суб'єктів інтеграційного об'єднання передбачає, що торговельні посередники, як головні учасники, що займаються закупівлею та продажем продукції, матимуть можливість придбавати продукцію за тими ж цінами або навіть за меншими цінами. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції на внутрішньому ринку. Іншими словами, завдяки цій схемі, торговельні посередники зможуть отримувати продукцію за більш вигідними умовами, що допоможе зробити їх продукцію більш привабливою та конкурентоздатною для покупців на внутрішньому ринку.

Висновки до розділу 3

1. В дисертації обґрунтовано концептуальні засади реалізації інструментального підходу при побудові систем управління економічною ефективністю діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур, які ґрунтуються на реалізації заходів корекції економічної та ділової поведінки підприємств на цільових ринках збуту з урахуванням прояву впливу різнорідних за сутнісними ознаками факторів формування доходів товаровиробників, а також зрушень в структурі витрат та залученні джерел формування доданої вартості. Застосована концепція є основою для генерування та імплементації стратегій управління ефективністю діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур.

2. В роботі розвинуто організаційні засади побудови та функціонування механізмів вертикальної та горизонтальної агропромислової інтеграції

підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Основою цих процесів є поєднання функціонального та інструментального підходів до формування структури механізмів інтеграції в контексті підвищення ефективності діяльності підприємств.

3. Доведено, що пріоритетність функціонального та інструментального підходів, а також горизонтального чи інтеграційного підходів, залежить від економічних результатів основної діяльності підприємств-учасників інтеграційних процесів.

4. В дослідженні обґрунтовано типологію та процедури деталізації стратегій підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту. Доведено, що доцільним є виділення стратегій розвитку, стратегій адаптації та інтеграційних стратегій.

5. Процедури деталізації стратегій підвищення економічної ефективності вибору визначаються результатами ідентифікації організаційно-економічних умов здійснення основної діяльності та рівня розвитку економічного потенціалу підприємств, які спеціалізуються на виробництві продукції олійних культур.

ВИСНОВКИ

В дисертації отримане нове вирішення складного науково-практичного завдання обґрунтування теоретично-методичних та прикладних засад управління економічною ефективністю діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Виконані дослідження та узагальнення їх результатів дозволили сформулювати такі основні висновки:

1. В дослідженні обґрунтовано принципи ідентифікації ефективності діяльності підприємств в якості об'єкта управління в їх менеджменті. Встановлено, що не дивлячись на складний та багатогранний характер відтворення в агропромисловому виробництві, пов'язаний з економічними, екологічними та соціальними процесами, доцільним при формуванні стратегічних, тактичних та оперативних заходів управління ефективністю є розгляд статичної та динамічної сторін її показників. В такий спосіб задовольняються вимоги результат-орієнтованих та процес-орієнтованих підходів до управління ефективністю діяльністю підприємств-виробників сировини та підприємств з її переробки.

2. Доведено, що при визначенні та застосуванні типології організаційно-економічних умов функціонування підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур доцільним є виокремлення зовнішніх, загальногалузевих та внутрішніх особливостей здійснення діяльності вказаними підприємствами, а також поділ факторів впливу на рівень економічної ефективності діяльності підприємств та формування умов їх функціонування на фонові, пасивні та активні з огляду на інтенсивність їх проявів. Зовнішні особливості охоплюють сучасні процеси та явища, які впливають на олійно-жировий комплекс в Україні, такі як світовий попит на олійні культури та продукцію з них, коливання цін на сировину та готову продукцію на світовому ринку, тарифи та мита на міжнародну торгівлю, політичні та геополітичні події, кліматичні та природні умови, які впливають на вирощування культур. Загальногалузеві особливості відображають

специфічні аспекти вирощування олійних культур, їх технологічну переробку, вимоги до якості та безпеки продукції, а також нормативи та стандарти, які регулюють діяльність галузі. Внутрішні особливості окреслюють організаційну структуру підприємств, їх технічну базу, кадровий потенціал, стратегії управління та маркетингу, рівень технологічних інновацій та наукових досліджень в галузі, а також взаємодію з іншими суб'єктами ринку, включаючи оригінаторів репродукційного насіння, виробників, експортерів, переробників та державні органи, які регулюють галузь.

3. В роботі виконано ідентифікацію напрямів підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур шляхом виділення функціональних та інтеграційних їх різновидів. При цьому встановлено, що використання інтеграційних заходів підвищення ефективності притаманне підприємствам-товаровиробникам, які є середніми за розмірами та масштабами виробництва, а також знаходяться у незадовільному та задовільному фінансовому стані. В свою чергу. Функціональний інструментарій, здебільшого, застосовують великі та ефективні підприємства. Відповідно, відмінність між цими напрямами полягає у пріоритетності залучення компоненти внутрішнього потенціалу економічного зростання або використання зовнішніх особливостей підвищення ефективності основної діяльності підприємств.

4. В дисертації інтерпретовано тенденції зміни обсягів та рівня економічної ефективності виробництва та переробки продукції олійних культур в контексті визначення ринкових умов та потенційних можливостей використання характеристик зовнішнього середовища для зростання результатів діяльності підприємств-виробників сировини та переробників в процесі мобілізації їх економічного та інтеграційного потенціалу. При цьому встановлено, що інтеграційний потенціал підприємств-виробників сировини для переробки зростає по мірі зниження рівня ефективності виробництва та реалізації вказаної продукції.

5. В дослідженні обґрунтовано організаційно-економічні засади визначення пріоритетів поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур на ринку шляхом формалізації критеріїв та параметричних ознак вибору шляхів, моделей, інструментів та засобів підвищення ефективності діяльності. При цьому доведено, що вибір відповідних процедурних рішень доцільно здійснювати з урахуванням викликів зовнішнього середовища та рівня розвитку потенціалу підприємств сфери виробництва та переробки продукції. Крім того, визначено, що саме економічний потенціал підприємства є критичним для використання інструментів адаптації в контексті підвищення економічної ефективності діяльності.

6. В роботі обґрунтовано та апробовано методичний підхід до визначення динамічних тенденцій змін структури доданої вартості при виробництві та переробці продукції олійних культур в підприємствах. В основі вказаного підходу лежить ідентифікація стадій виробничо-комерційних та обмінних процесів з найбільшою інтенсивністю формування прибутків учасників господарських ланцюгів виробництва та постачань продукції. Застосування вказаного підходу здійснюється шляхом використання відповідних інформаційних масивів при прийнятті управлінських рішень щодо здійснення економічної поведінки підприємств-виробників та переробників продукції олійних культур.

7. В дисертації обґрунтовано концептуальні засади реалізації інструментального підходу при побудові систем управління економічною ефективністю діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур, які ґрунтуються на реалізації заходів корекції економічної та ділової поведінки підприємств на цільових ринках збуту з урахуванням прояву впливу різнорідних за сутнісними ознаками факторів формування доходів товаровиробників, а також зрушень в структурі витрат та залученні джерел формування доданої вартості. Застосована концепція є основою для

генерування та імплементації стратегій управління ефективністю діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур.

8. В роботі розвинуто організаційні засади побудови та функціонування механізмів вертикальної та горизонтальної агропромислової інтеграції підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Основою цих процесів є поєднання функціонального та інструментального підходів до формування структури механізмів інтеграції в контексті підвищення ефективності діяльності підприємств. При цьому пріоритетність функціонального та інструментального підходів, а також горизонтального чи інтеграційного підходів, залежить від економічних результатів основної діяльності підприємств-учасників інтеграційних процесів.

9. В дослідженні обґрунтовано типологію та процедури деталізації стратегій підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур на цільових ринках збуту. Доведено, що доцільним є виділення стратегій розвитку, стратегій адаптації та інтеграційних стратегій. При цьому процедури їх вибору визначаються результатами ідентифікації організаційно-економічних умов здійснення основної діяльності та рівня розвитку економічного потенціалу підприємств, які спеціалізуються на виробництві продукції олійних культур.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азізов С.П. Організація виробництва і аграрного бізнесу в сільськогосподарських підприємствах: [Підручник] / [С.П. Азізов, П.К. Канінський, В.М. Скупий]; за ред. проф. С.П. Азізова. – К.: ІАЕ УААН, 2001. – 834с.

2. Амбросов В.Я. Наукові положення удосконалення економічного і господарського механізмів розвитку сільського господарства / В. Я. Амбросов, Т. Г. Маренич // Економіка АПК. – № 10. – 2005. – С. 14-19.

3. Андрієвська О.М. Підвищення економічної ефективності виробництва зерна у сільськогосподарських підприємствах / О.М. Андрієвська / Автореф. дис. на здоб. наук. ст. канд. екон. наук: спеціальність 08.00.04, ХНАУ ім В.В. Докучаєва. – Харків, 2012. – 20 с.

4. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: [Підручник] / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 779с.

5. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: [монографія] / В.Г. ук. – [2-ге вид., без змін]. – К., 2006. – 292 с.

6. Арделян Д. Особливості розвитку світового ринку ріпаку / Д. Арделян // Економіка АПК. - 2009. - № 2. – С. 126-129.

7. Асоціація «Укроліяпром»: офіційний сайт. URL: http://www.ukroilprom.org.ua (дата звернення 05.12.2018).

8. Багацька К. В. Ідентифікація факторів створення вартості на підприємствах харчової промисловості // Економіка ринкових відносин. 2014. № 12. С. 70-74.

9. Біологічні ресурси і технології виробництва біопалива: моногр. / Я.Б. Блюм, Г.Г. Гелетуха, І.П. Григорюк та ін. - К.: «Аграр Медіа Груп», 2010. - 408 с.

10. Благодир Л. М. Аналіз ефективності функціонування переробних підприємств олійно-жирової галузі України з використанням моделі

виробничої функції // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 5. С. 1082-1087.

11. Блонська В.І., Яцусь П.Ю. Підвищення конкуренто- спроможності продукції підприємства як основний фактор ефективності його діяльності. URL: [http://nvunfu.esy.es/ Archive/2008/18_1/18_1_Blonska_3.pdf]

12. Боднар О.В. Перспективи збільшення доданої вартості на ринку соєвих бобів і продуктів їх переробки в Україні. Економіка АПК. 2015. No 3. С. 51–60.

13. Бойко О.С., Гейко Л.М. Сучасний стан підприємств олійно-жирової промисловості Україні // Економічний простір. № 157. 2020. С. 32-37. DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/157-6

14. Бутенко Л. М. Стратегічні напрямки розвитку підприємств олійно-жирової промисловості // Стратегія підприємства: зміна парадигми управління та інноваційні рішення для бізнесу: матеріали наук.-практ. конф. з міжнар. участю (м. Київ 14-15 листоп, 2013 р.). Київ : КНЕУ, 2013. С. 16–18.

15. В Україні намолочено майже 51 млн тонн зерна (14.01.2023 р.) // Аграрне інформаційне агенство Agravery.com. [Електронний ресурс]. URL: https://agravery.com/uk/posts/show/v-ukraini-namoloceno-majze-51-mln-tonn-zerna (дата звернення 18.01.2023 р)

16. Василець О.С. Економічна ефективність вирощування помісного молодняку на яловичину в сільськогосподарських підприємствах / О.С. Василець / Автореф. дис. на здоб. наук. ст. канд. екон. наук: спеціальність 08.00.04, ХНТУСГ ім. Петра Василенка. – Харків, 2012. – 20 с.

17. Васильєва Н.К. Прогнозування цін у галузі рослинництва в Україні та регіонах. Економічний часопис-21. 2013. No 11–12 (2). С. 26–29.

18. Васильковська К. Тенденції та перспективи виробництва олійних культур в Україні й аналіз експорту олії (19 лютого 2021 р.) // Економічний гектар. URL: http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/20517-tendentsii-ta-perspektyvy-vyrobnytstva-oliinykh-kultur-v-ukraini-i-analiz-eksportu-olii.html (дата звернення 10.01.2023 р.)

19. Виробництво і ринок біопалива в Україні. URL: http://h.ua/story/336653/

20. Високоолеїновий соняшник. «Сингента»: веб-сайт. URL: https://www.syngenta.ua/news/sonyashnik/visokooleyinoviy-sonyashnik.

21. Галенін Р.В. Організаційно-економічне забезпечення ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств / Р.В. Галенін / Автореф. дис. на здоб. наук. ст. канд. екон. наук: спеціальність 08.00.04, СНАУ. – Суми, 2010. – 20 с.

22. Гарбуз С. В. Особливості формування підсистеми управління інноваціями // Вісник Одеського національного університету. 2010. Т. 15. С.35 – 44.

23. Гарбуз С.В. Особливості формування підсистеми управління інноваціями // Вісник Одеського національного університету. 2010. Т. 15. С.35 – 44.

24. Головня Ю. І. Формування агропромислових кластерів як фактор інноваційного розвитку в посткризових умовах // Ефективна економіка. 2013. No 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_4_6.

25. Голуб Г.А. Економічна ефективність виробництва олії в сільськогосподарських підприємствах / Г.А. Голуб, С.В. Лук'янець // Економіка АПК. – 2012. – №4. – С. 14-18.

26. Голуб Г.А. Інвестиційна привабливість виробництва і використання дизельного біопалива / Голуб Г.А., Лук'янець С.В. // Економіка АПК. - 2013. - № 2. - С. 54-60.

27. Горбатюк Л.М. Інвестиції: економічна сутність і класифікація / Горбатюк Л.М. // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2010. - № 2. - С. 201-204.

28. Грановська В. Г. Механізми стимулювання розвитку підприємств органічного сектору: адаптація світового досвіду // Економіка та суспільство. 2017. № 9. С. 384-390.

29. Економіка сільського господарства / [П.П. Руснак, В.В. Жебка, М.М. Рудий, А.А. Чалий]; за ред. П.П. Руснака. – К.: Урожай, 1998. – 320 с.

30. Економічна енциклопедія: У трьох томах / [редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін.] – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – Т.1. – 864 с.

31. Єранкін О.О. Вплив аграрної політики на маркетингову діяльність підприємств АПК в Україні /О.О. Єранкін // Економіка АПК. – 2008. - №.6 – с. 29 – 39.

32. Єранкін О.О. Закономірності та перспективи еволюційного розвитку маркетингу в АПК України / О.О. Єранкін // Вісник СНАУ. Сер. «Економіка і менеджмент». — 2009. — Вип. 5(36) — С. 70-80.

33. Жадан Т. А. Основні етапи становлення та розвитку державної підтримки олійно-жирової галузі України // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 7. С. 133-139. URL:http://global-national.in.ua/archive/7-2015/30.pdf.

34. Заїнчковський А .О., Швед Т. В. Сучасний стан вітчизняних підприємств олійно-жирової галузі в Україні // Економіка і регіон. 2014. No 3. С. 67-71.

35. Іванюк У. Домінантні ознаки, види та драйвери резилентності економічної системи в умовах глобальної нестабільності // Економіка та суспільство. 2022. №43. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-72

36. Ільїн В. Ю. Формування стратегії управління конкурентоспроможності аграрних підприємств України в умовах глобалізації // Часопис економічних реформ. 2013. № 4. С. 99-105.

37. Казанджі А. В. Олійно-жировий підкомплекс України та його суб’єктний склад // Сучасні тенденції економічного зростання: стратегії, напрями та пріоритети: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 трав. 2019 р.). Запоріжжя, 2019. С.16-19.

38. Карамушка О. М., Мороз С. І. Аналіз виробництва зернових та олійних культур в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. – URL:

http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6592. DOI: 10.32702/2307-2105-2018.10.41

39. Кваша С.М. Наукові підходи до регулювання аграрного ринку /С.М. Кваша //Економіка АПК. – 2006. – № 7. – С.42-45.

40. Кваша С.М., Голомша Н.Є. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому ринку. Економіка АПК. 2006. No 5. С. 99–104.

41. Кисіль М.І. Критерії і показники економічної ефективності малого і середнього бізнесу на селі / М.І. Кисіль // Економіка АПК. – 2001. – №8. – С. 59-64.

42. Клочко В.М. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності продукції АПК в умовах глобалізації / В.М. Клочко // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Вип. 85. – Харків: ХНТУСГ. – 2009. – С. 187-192.

43. Ковальчик О. Визначення економічної сутності дефініції «провайдинг ефективності» // Соціально-економічні проблеми і держава. 2011. Вип. 2 (5). URL: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11koadpe.pdf.

44. Компанія «Кернел»: офіційний сайт. URL: https://www.kernel.ua/ua/

45. Коновал І.А. Прогнозування виробництва сої в Україні. URL: http://www. irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/ cgiirbis_64.exe?C21CO

46. Костенко О. Результативність діяльності як критерій ефективного управління сільськогосподарським підприємством // Аграрна економіка. 2012. № 3-4. С. 162-168.

47. Кравченко О. А., Ільницький В. В., Ульяновський О. І. Забезпечення результативності і ефективності виробничої діяльності підприємства // Економіка: реалії часу. 2013. No 3. С.29 - 35.

48. Кравченко О. А., Ільницький В. В., Ульяновський О. І. Забезпечення результативності і ефективності виробничої діяльності підприємства // Економіка: реалії часу. 2013. No 3 (8). С. 29-35. URL: http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n3.html.

49. Кравчук О.О. Еколого-економічні особливості формування ринку енергетичних сільськогосподарських культур / О.О. Кравчук // Економіка АПК. - 2013. - № 5. - С. 135-139.

50. Крисанов Д. Ф. Інтеграція агрохарчового сектора України в єдиний нормативний простір Європейського Союзу: монографія. Київ: «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України», 2016. 368 с.

51. Крюкова І. О., Степаненко С. В. Ефективність вітчизняного агробізнесу у призмі пріоритетів сталого розвитку // Агросвіт. №9-10. 2022. С. 3-12. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.9-10.3

52. Кузнєцов О.М. Сучасний стан та перспективи розвитку галузі олійних культур в Україні. Економіка АПК. 2002. No 7. С. 24–25.

53. Лебеденко О. В. Аграрний ринок: поняття та особливості // Агроствіт. №12. 2020. С. 48-52. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.12.48.

54. Литовченко Л. В. Агропромислова інтеграція як чинник розвитку підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. №2 (304). Том. С. 346-350. https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(2)-54

55. Литовченко Л. В. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств олійної промисловості. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 3. С. 183 – 187. https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-27

56. Литовченко Л. В. Сучасний стан та пріоритети розвитку підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Colloquium-journal-2023-162-1. p. 65-68. https://colloquium-journal.org/wp-content/uploads/2023/02/Colloquium-journal-2023-162-1.pdf

57. Литовченко Л. В., Брюхович Д. С. Особливості управління економічною поведінкою підприємств-виробників олійних культур. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 4. С. 140-144. : https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-4-20

58. Литовченко Л., Хлопоніна-Гнатенко О., Михайленко В. (2023). Фактори впливу на формування економічної поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Modeling the development of the economic systems, (2), 13–18. https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-2

59. Литовченко L. (2022). Тенденції та перспективи розвитку підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур в ризикових умовах. Innovation and Sustainability, (4), 202–206. https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.202.206

60. Лігоненко Л. О. Дискусійні питання щодо трактування сутності та співвідношення понять «ефективність» і «результативність» управління підприємством // Актуальні проблеми економіки. 2008. No 10(88). С. 207-215.

61. Лозинська Т.М. Роль маркетингу в регулюванні продовольчого ринку / Т.М. Лозинська // Вісник СНАУ. Сер. «Економіка і менеджмент» — 2008. — вип. 7/1 — С. 74-77.

62. Лозовський О. М., Слободянюк С. В. Проблеми розвитку сучасної олійно- жирової галузі в Україні // Економічний форум. 2014. № 1. С. 38-43.

63. Лопотан Л.В., Казанжі А.В. Порівняльна оцінка виробництва насіння соняшнику в Україні та Одеській області як складової сировинної бази олійно-жирового під- комплексу АПК. Агросвіт. 2015. No 10. С. 36–40.

64. Маковей Ю. Імпорт електроенергії: чи реально агропідприємствам працювати без відключень світла (19 січня 2023) // https://kurkul.com/spetsproekty/1407-import-elektroenergiyi-chi-realno-agropidpriyemstvam-pratsyuvati-bez-vidklyuchen-svitla

65. Малік М.Й., Зіновчук В.В., Лупенко Ю.О. та ін. Основи аграрного підприємництва; за ред. М.Й. Маліка. Київ: ІАЕ, 2001. 582 с.

66. Манойленко О. В., Жадан Т. А. Специфічні особливості олійно-жирової галузі як об'єктивна необхідність її державної підтримки // Інноваційна економіка. 2013. No 1. С. 12-15.

67. Митченок О.М. Основні напрямки використання олійних культур в біоенергетичній галузі. Продуктивність агропромислового виробництва: наук.-практ. зб.; НДІ «Украгропромпродуктивність». 2014. No 26. С. 94–99.

68. Місюк М.В. Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрями її підвищення. Економіка АПК. 2007. No 2. С. 123–127.

69. Могильний О.М. Регулювання аграрної сфери [монографія] / Олексій Миколайович Могильний. — Ужгород: ІВА, 2005. — 400 с.

70. Молдаван Л.В. форми і важелі державного впливу на формування міжгалузевих цін та їх стабілізацію в агропродовольчому комплексі (зарубіжний досвід). Економіка АПК. 2012. No 1. С. 180–182.

71. Момот О. І., Демченко А. О. Про сутність понять «ефективність» та «результативність» в економіці // Економічний Вісник Донбасу. 2013. № 3 (33). С. 207-210.

72. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія. Київ: Академія, 2002. 952с.

73. Музиченко А. С. Організаційно-економічний механізм стимулювання інноваційної діяльності в АПК / А.С. Музиченко, Л.М. Малюга // Економіка АПК. - № 11. – 2009. – С.38-43.

74. Некрасова Л. А., Попенко С. О. Формування кластеру, як напрямку інноваційного розвитку економіки // Економіка: реалії часу. 2014. No 2 (12). С. 132- 138. URL: https://economics.opu.ua/files/archive/2014/No2/132-138.pdf.

75. Непочатенко О. О., Транченко Л. В., Транченко О. М. Розвиток теорії управління як основа конкурентоспроможності сільського господарства // Сучасні питання економіки і права. 2014. №1. С.64-67

76. Новосельцева А.М. Зарубіжний та вітчизняний досвід виробництва біопалива. Агросвіт. 2012. No 3. С. 23–28.

77. Огієнко А. В., Орел В. М. Аспекти ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств аграрної сфери // Культура народов Причерноморья. 2012. № 234. С. 182-185

78. Олійник О.В., Бадалов Х.М. Паритет цін і формування собівартості продукції рослинництва в умовах інтенсифікації виробництва. Економіка АПК. 2015. No 6. С. 47–52.

79. Онегіна В.М. Державне регулювання цін і доходів сільськогосподарських товаровиробників [монографія] / Вікторія Михайлівна Онєгіна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 590 с.

80. Основи економічної теорії: навч. посібник; за ред. В.О. Білика, П.Т. Саблука. Київ: Ін-т аграр. екон., 1999. 467 с.

81. Остапенко Р.М. Стратегія розвитку виробничо-господарської діяльності аграрних підприємств / Р.М. Остапенко // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Вип. 84. – Харків: ХНТУСГ. – 2009. –С. 233-238

82. Пархоменко Л.М. Теоретичні основи дослідження економічної ефективності сільськогосподарського виробництва в умовах ринку / Л.М. Пархоменко // Економіка АПК. – 2006. – №8. – С. 82-87.

83. Пасхавер Б. Цінова конкурентність аграрного сектора / Б. Пасхавер // Економіка України. — 2007. — № 1.— С. 78-87.

84. Первинне дослідження ринку. Основні експортні агропродовольчі товари з України до Африки / World trade institute. Making Agricultural Trade Sustainable (*MATS*) [Електронний ресурс]. URL: https://www.wti.org/media/filer_public/c1/41/c1414f31-19ed-4247-bee5-9744c74c36d1/wti_initial_market_survey-ua.pdf (дата звернення 22.01.2023 р.)

85. Петришин Л. Економічна поведінка сільськогосподарських підприємств у мінливому середовищі розвитку: монографія. Львів: Сполом, 2021. 442 с.

86. Петрова О. О. Диверсифікація олійного бізнесу та розвиток виробництва нетрадиційних олій на Херсонщині // Агросвіт. №21. 2020. С. 41-48. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.21.41.

а. Петрова О. О. Диверсифікація олійного бізнесу та розвиток виробництва нетрадиційних олій на Херсонщині // Агроствіт. №21. 2020. С. 41-48. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.21.41.

87. Підприємницька діяльність та агробізнес: [Підручник] / [за ред. М.М. Ільчука, Т.Д. Іщенко]. – К.: Вища освіта, 2006. – 543с.

88. Побережна А.А. формування світового і вітчизняного рин- ків олійних культур. Економіка АПК. 1999. No 8. С. 91–96.

89. Попов С. М. Наукова парадигма суб'єкт-суб'єктного управління в умовах сучасного континууму // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 2010. Вип. 43. С. 166-175.

90. Посівні площі України у 2023 році переорієнтують на олійні культури (08.01.2023) //Укрінформ. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3648517-posivni-plosi-ukraini-u-2023-roci-pereorientuut-na-olijni-kulturi-minagropolitiki.html (дата звернення 22.01.2023 р.)

91. Про загальні збори учасників асоціації «Укроліяпром» (20 січня 2023) Офіційний сайт асоціації "Укроліяпром" [Електронний ресурс]. URL: https://ukroilprom.org.ua/news/pro-zagalni-zbory-uchasnykiv-asotsiatsiy-ukroliyaprom-289/

92. Про загальні збори учасників асоціації «Укроліяпром» (20 січня 2023) Офіційний сайт асоціації «Укроліяпром». URL: https://ukroilprom.org.ua/news/pro-zagalni-zbory-uchasnykiv-asotsiatsiy-ukroliyaprom-289/.

93. Прядко В.В. Теоретико-методологічні аспекти ефективності сільськогосподарського виробництва // В.В. Прядко // Економіка АПК. – 2003. – №10. – С. 69-77.

94. Пузік В. К., Петров В. М., Бабарика Я. В. Стан і перспективи вирощування та формування ринку соняшнику в Україні // Посібник українського хлібороба. 2014. № 2. С. 46 - 50.

95. Розвиток ринку олійних культур України: проблеми та перспективи: монографія / Чирва О.Г., Побережець Н.Б. Умань: Візаві, 2019. 198 с.

96. Ряузова Т.В. Розвиток біопаливного сегмента ПЕК в Україні. Нац. ін-т стратег. досліджень, Дніпропетров. філіал. URL: http://www.db.niss.gov.ua

97. Саблук П.Т. Інвестиційна привабливість аграрно-промислового виробництва регіонів України / П.Т. Саблук, М.І. Кісіль, М.Ю. Коденська, М.В. Нетеса, Р.П. Саблук. – К.: ННЦ, ІАЕ, 2005. – 478 с.

98. Саблук П.Т. Концептуальні засади розробки і реалізації інвестиційних програм в аграрно-промисловому виробництві / П.Т. Саблук, М.Ю. Коденська. – ННЦ ІАЕ, 2012. – 46 с.

99. Сіренко Н.М. Інституціональне середовище інноваційного розвитку аграрного сектора / Н.М. Сіренко // Вісн. аграр. науки Причорномор'я. – 2011. – Вип. 3. – С. 18-23.

100. Снеткова А.В. Інвестиції у необоротні активи підприємств олійно-жирової промисловості України: динаміка, проблеми та перспективи. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 21. С. 75–83. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.21.75

101. Стратегія підприємства: Підручник / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко,. Т.М. Чечетова-Терашвілі, О. В. Ревенко.- Х.: ВД «ІНЖЕК», 2009.- 560 с.

102. Субота М. В. Зовнішні чинники розвитку підприємств олійно-жирової галузі // Економічний аналіз. 2014. Том 18. No 1. С. 80-87.

103. Талавиря О. М. Теоретико-методологічні підходи економічного аналізу розвитку підприємства // Науковий вісник Ужгородського університету. 2015. Вип.1 (45). Том 2. С. 278-280.

104. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: [монографія] / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль: Екон. думка, 2008. — 568 с.

105. Ткаченко К. Зерновий коридор під прицілом. Чого чекати агроринку? // Latifundist.com [Електронний ресурс]. URL: https://latifundist.com/spetsproekt/989-zernovij-koridor-pid-pritsilom-chogo-chekati-agrorinku (дата звернення 10.01.2023 р.)

106. Україна збільшила експорт твердого палива. URL: http:// www.epravda.com.ua/news/2011/02/17/272371/

107. Устік Т.В. Підвищення конкурентоспроможності виробництва олійних культур сільськогосподарськими підприємствами. Вісник Сумського нац. аграр. ун-ту. Сер. Фінанси і кредит. 2013. No 1. С. 166–168.

108. Фаїзов А.В. Державне регулювання та розвиток олієжирового підкомплексу / А.В. Фаїзов // Економіка АПК. – 2012. – № 6. – С. 30-35.

109. Фаїзов А.В. Технологічний фактор розвитку національної економіки / А.В. Фаїзов // Економіка АПК. - 2013. - № 8. - С. 74-78.

110. Федун І.Л. Інституційна платформа підвищення інноваційно-інвестиційної активності в агропромисловому виробництві України / І.Л. Федун // Економіка АПК. - 2014. - № 3. - С. 79-86.

111. Фесун С.Н. Про світовий ринок ріпаку та продуктів його переробки / С.Н. Фесун // Економіка АПК. – 2000. - № 4. – С. 75-77.

112. Хвесик Ю.М. Інвестиційне забезпечення розвитку аграрної сфери / Ю.М. Хвесик // Економіка АПК. – 2012. – № 12. – С. 62-69.

113. Худавердієва В.А. Організаційно-економічний механізм підвищення ефективності сільськогосподарських підприємств / В.А. Худавердієва // Економіка АПК. - № 11. – 2009. – С. 23-25

114. Чехова І. В. Формування та розвиток ринку олійних культур: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Аграрна наука, 2021. 144 с.

115. Чехова І. В., Чехов С. А. Основні тенденції розвитку ринку олійних культур в Україні // Продуктивність агропромислового виробництва. 2014. № 25. С. 71-78.

116. Чехова І.В. Пропозиції щодо підвищення економічної ефективності олійних культур. URL: http://imk.zp.ua/images/ doc/propozucii_chehova.pdf

117. Чехова І.В., Кислицька І.О., Таранюк Т.З. Перспективи розвитку ринку основних олійних культур. Економіка АПК. 2012. No 6. С. 43–48.

118. Чумаченко Ю. Закордонний досвід економічної інтеграції аграрнопромислового комплексу: агропромислова інтеграція кооперативного типу // Вісник Черкаського університету. 2018. № 1. С. 70-76.

119. Шайко О.Г. Шляхи підвищення ефективності виробництва олійних культур на регіональному рівні / О.Г. Шайко, С.М. Концеба // Економіка АПК. - 2013. - № 5. - С. 31-36.

120. Шкуратов О. І., Чудовська В. А., Вдовиченко А. В. Органічне сільське господарство: еколого-економічні імперативи розвитку: монографія. Київ: ТОВ «Діа», 2015. 248 с.

121. Шпичак О.М. Економічні проблеми виробництва біопалива та продовольча безпека України / О.М. Шпичак // Економіка АПК. – 2009. – № 8. – С. 11-19.

122. Янченко З.Б. Особливості розробки регіональних інноваційних програм аграрної сфери / З.Б. Янченко // Економіка АПК. - 2013. - № 6. - С. 63-68.

123. Яценко В. М. Розвиток конкурентоспроможного олієжирового підкомплексу АПК як важливої складової продовольчої безпеки України // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2014. No36. С. 57-62

124. Caves R.E., Barton D.R. Efficiency in US manufacturing Industries. – Cambridge, Mass.: MIT Press, 1990.

125. Christopher L. (2014). Gilbert, Simone Pfuderer. The role of index trading in price formation in the grains and oilseeds markets. Gilbert, Simone Pfuderer. J. of agricultural economics. June 2014. 65. 2: 303–322.

126. Comanor W., Leibenstein H. Allocative Efficiency, X-Efficiency and the Measurement of Welfare Losses // Economica. – 1969. – Vol. 36. – P. 304–309.

127. Denison E.F. Trends in American Economic Growth, 1929. – 1982. – Washington: Brookings, 1985.

128. Peter F. Drucker. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York: Harper and Row, 1973. 984 p.

129. Schmidt K.M. Managerial Incentives and Product Market Competition // Review of Economic Studies. – 1997. – Vol. 64. – P. 191–213.

130. Solow R.M. Technical Change and the Aggregate Production Function // Review of Economics and Statistics. – 1957. – August. – Vol. 39. – P. 312–320.

131. Thoenes P. Biofuels and Commodity Markets – Palm Oil Focus / P. Thoenes // FAO Commodities and Trade Division. 2006. – P. 5.

ДОДАТКИ

Додаток 1

СПИСОК ПРАЦЬ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

публікації, в яких відображено основний зміст роботи

1. Литовченко Л. В. Сучасний стан та пріоритети розвитку підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Colloquium-journal-2023-162-1. p. 65-68. https://colloquium-journal.org/wp-content/uploads/2023/02/Colloquium-journal-2023-162-1.pdf

2. Литовченко L. (2022). Тенденції та перспективи розвитку підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур в ризикових умовах. Innovation and Sustainability, (4), 202–206. https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.202.206

3. Литовченко Л., Хлопоніна-Гнатенко О., Михайленко В. (2023). Фактори впливу на формування економічної поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Modeling the development of the economic systems, (2), 13–18. https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-2 (*авторський внесок полягає в систематизації факторів впливу на економічну поведінку та розробці відповідних процедур реагування на зміни*)

4. Литовченко Л. В., Брюхович Д. С. Особливості управління економічною поведінкою підприємств-виробників олійних культур. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 4. С. 140-144. : https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-4-20 (*авторський внесок полягає у визначенні ключових ознак змін в економічній поведінці підприємств-товаровиробників*)

5. Литовченко Л. В. Агропромислова інтеграція як чинник розвитку підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Вісник

Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. №2 (304). Том. С. 346-350. https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(2)-54

публікації, які додатково відображають зміст роботи

6. Литовченко Л. В. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств олійної промисловості. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 3. С. 183 – 187. https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-27

публікації, які засвідчують апробацію результатів дослідження

7. Литовченко Л.В. Перспективи розвитку ринкової взаємодії виробників та переробників продукції олійних культур. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Харків: ХНТУСГ, 2019. С. 145-147.

8. Литовченко Л. В. Механізми управління ефективністю основної діяльності підприємств-виробників продукції олійних культур. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Харків: ХНТУСГ, 2020. С. 325-327.

9. Литовченко Л. В. Стратегічні орієнтири у підвищенні ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Проблеми та перспективи розвитку економіки: світові та національні аспекти: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. ОДАУ. Одеса: РВВ ОДАУ, 2022. С. 203-205.